Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 36 (1984)
Heft: 13

Artikel: Wenn Filme zur Software werden
Autor: Jaeggi, Urs
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-932447

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: 12.07.2025

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

Wenn Filme zur Software werden

Am 10. Februar dieses Jahres hat die Degeto-Film GmbH für den Programmbedarf der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) einen langfristigen Vertrag mit der amerikanischen Filmgesellschaft Metro-Goldwyn-Mayer/United Artists (MGM/UA) abgeschlossen. Das Abkommen sichert der ARD die Lizenzen für die Ausstrahlung von über 1500 Spielfilmen sowie Cartoons und Fernsehproduktionen über ihre Sender. Das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) mochte da nicht nachstehen: Es kaufte von 12 verschiedenen Firmen die Rechte für die Ausstrahlung von nicht weniger als 1264 Filmen zusammen; dies am 2. März 1984. Der nachstehende Artikel befasst sich mit den Gründen für diese Monster-Einkäufe, versucht ihre Bedeutung für den Filmmarkt, aber auch die Film- und Fernsehkultur einzuschätzen und untersucht ihre Auswirkung auf die Filmbeschaffung beim Schweizer Fernsehen.

Die neuen Medien, insbesondere das Satelliten-Fernsehen, das Pay-TV, aber auch Video, verursachen eine grosse Nachfrage nach sogenannter Software, d. h. Programmen. Es wird, so nimmt man an, insbesondere beim Angebot von Spielfilmen zu einer weltweiten Verknappung kommen, welche die Preise für die Ausstrahlungsrechte in astronomische Höhen schnellen lässt. Die Filmeinkäufe von ARD und ZDF müssen denn auch in diesem Lichte betrachtet werden. Den beiden öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten der Bundesrepublik geht es, wenn man ihnen Glauben schenkt, um die Sicherung der Grundversorgung ihrer Programme mit Spielfilmen. Die Summen, welche für diese Vorratskäufe aufgewendet werden, sind beträchtlich. So etwa bezahlt die ARD der MGM/UA für das Lizenzenpaket – es beinhaltet 1350 Filme aus dem Stock der 3000 Titel umfassenden Library von MGM/UA, 150 neue Filme, die MGM/UA in den nächsten 15 Jahren produzieren oder erwerben wird, 390 Stunden Fernsehproduktionen (vor allem Serien) und sämtliche Cartoons der MGM/UA-Produktion bis 1983 – schlichte 80 Millionen Dollar. Das sind beim gegenwärtigen Kurs runde 180 Millionen Schweizer Franken. Das ZDF wiederum entrichtete für den Kauf von 1264 Filmen gar 258 Millionen Mark, was umgerechnet etwa 205 Millionen Schweizer Franken entspricht.

«Es ist uns gelungen», schreibt die Degeto-Film im Namen der ARD, «in einem bisher nicht erreichten Umfang Filme für morgen zu Preisen von heute zu erwerben.» Das klingt vernünftig, sofern die Medienentwicklung tatsächlich jenen Verlauf nimmt, die ihr die Prognostiker voraussagen. Durch die Grosseinkäufe werden die Märkte ausgetrocknet und damit die Konkurrenz, welche die deutschen öffentlich-rechtlichen TV-Anstalten vor allem in den privaten Programmanbietern sehen, ausgeschaltet. Andererseits gibt es heute schon Anzeichen dafür, dass viele Projekte mangels Interesse der Bevölkerung nie realisiert werden können. Gerade in der Bundesrepublik Deutschland ist hinsichtlich der Verkabelungsabsichten eine spürbare Ernüchterung eingetreten, und die damit verbundenen lokalen Fernsehversuche in Ludwigshafen und München lösen bei der Bevölkerung nur ein geringes Echo aus. Sollten sich aber in Zukunft weniger Programmanbieter als vorgesehen um die Filmbestände bemühen, so würde dies bedeuten, dass die Preise für den Lizenzerwerb in Zukunft fallen werden. Die Filme von morgen zu Preisen von heute eingekauft zu haben, könnte sich dann als arger Flop erweisen.

Filme als Spekulationsmasse

Daran mag und will heute allerdings niemand glauben. Filme sind zur Spekulationsmasse geworden. Wer über das nötige Geld verfügt, kauft ganze Bestände zusammen. Neu ist das indessen keineswegs. Mit Auswertungslizenzen für Filme ist schon immer gehandelt worden. Im deutschsprachigen Raum war es vor allem der clevere Filmeinkäufer Leo Kirch mit seiner Firma Beta/Taurus, der sich eine Art Monopolstellung aufbaute. Das Deutschschweizer Fernsehen etwa kauft dort noch jetzt bis zu 50 Prozent der benötigten Filme ein – zumeist in deutschsynchronisierter Version. Nur: Das Geschäft war früher einfacher. Die Rechte mussten allein an die nationalen TV-Gesellschaften verkauft werden. Der Abnehmerkreis blieb überschaubar, die Konkurrenz unter den Sendern spielte nur eine unbedeutende Rolle.

Das hat sich nun gründlich geändert: Neben den öffentlichen Fernsehanstalten sind inzwischen auch private Sender, Videoanbieter, Pay-TV-Gesellschaften, Kabelbetreiber mit eigenen Programmangeboten und Satelliten-Rundfunkveranstalter am Film-Softwareangebot interessiert. Wo das Angebot schmal ist, steigen die Preise. Wer auf einem breiten Angebot sitzt, ist deshalb der König. In einem solchen Fall kann die Rotation der Preisspirale nur noch aufgehalten werden, wenn der Zwischenhändler ausgeschaltet wird.

Gerade diese Politik liegt den Filmeinkäufen der ARD bei MGM/UA zugrunde. Statt das grosse Geschäft weiterhin dem einflussreichen Einkäufer Kirch zu überlassen – der, nach eigener Aussage, von der Major Company MGM bereits eine mündliche Zusage für die Übernahme der Ausstrahlungsrechte für das deutsche Sprachgebiet hatte – verhandelte die Degeto-Film, eine Tochtergesellschaft der Landesrundfunkanstalten, die für die ARD-Fernsehprogramme in der ganzen Welt Spielfilme und TV-Serien einkauft, direkt mit dem amerikanischen Produktionshaus. Dies getreu dem Motto, dass die Filmrechte von jenem gekauft werden müssen, der sie hat, und nicht von dem, der sie auch gerne haben möchte. Da die Degeto-Film GmbH offenbar mehr Geld anzubieten bereit war als Kirch, bekam sie den Zuschlag.

Nun finden solche Spekulationsgeschäfte um Filmbestände, aber zum Teil auch um einzelne spektakuläre Filme, keineswegs nur im deutschsprachigen Gebiet statt, sondern mehr oder weniger weltweit. Selbst im Kinomarkt bis auf die Knochen ausgeweidete Grossproduktionen wie «Gone With the Wind» (Vom Winde verweht), «Ben Hur», «The Bridge on the River Kwai» (Die Brücke am Kwai) oder «Doctor Zhivago» (Dr. Schiwago) erzielen beim Verkauf an Fernsehgesellschaften selbst für nur einmalige Ausstrahlungen horrende Preise. Verkauft werden sie zumeist in einem Paket zusammen mit 50 bis 100 andern Filmen meist zweiter und dritter Qualität. Die Grössenordnung des Checks, den europäische Fernsehanstalten für einen solchen Kauf auszufüllen haben, liegt so um die zehn Millionen Dollar (ca. 23 Millionen Schweizer Franken).

Wenn es nun heute schon zu einer Verknappung des Filmangebotes für die Auswertung ausserhalb des Kinos kommt, dann weniger durch die Zahl der Programmanbieter, die nicht so rasch gestiegen ist, wie das ursprünglich angenommen wurde, als durch die Tatsache, dass ganze Filmbestände als Spekulationsmasse gehortet werden; dies immer in der Hoffnung, noch höhere Preise für die Abgabe von Ausstrahlungslizenzen erzielen zu können. Ob die Rechnung der Produktionsgesellschaften und Filmhändler schliesslich aufgeht, hängt, wie erwähnt, von der weiteren Entwicklung im Bereich der neuen Medien ab. Immerhin, ein Konkurrent im Rennen um die Filme heizt den Fernsehanstalten schon jetzt ganz schön ein: der Markt mit bespielten Videokassetten, die zum Verkauf oder zum Verleih für den privaten Gebrauch angeboten werden. Viele Produktionsgesellschaften – darunter nicht zuletzt die amerikanischen Major Companies – setzen in ihrer Auswertungs-Kaskade für Filme den Videomarkt vor das Fernsehen. Verbraucht werden dort jährlich rund 4000 Titel, die dann nicht selten für die Ausstrahlung im Fernsehen blokkiert sind.

Beschaffungsschwierigkeiten für das Schweizer Fernsehen

ARD (erstes Programm) und ZDF, die übrigens gerade im Hinblick auf das Spielfilmangebot in einem zunehmenden Konkurrenzkampf stehen, haben einen Jahresbedarf von je 300 Spielfilmen. Das Fernsehen DRS braucht in der gleichen Zeitspanne 130 bis 140 Spielfilme. (Ab nächstes Jahr, wenn am Samstag die Wiederholungsschiene eingeführt wird, werden es um die 200 sein.) Stellen sich schon den grossen TV-Anstalten Beschaffungsprobleme in diesem Bereich, wie muss es da erst für die kleinen Sender aussehen? In der Schweiz gestaltet sich die Filmbeschaffung ohnehin recht kompliziert, müssen doch aus sprachlichen Gründen mit wenig Geld gleich drei Programme versorgt werden.
Zudem werden Filmrechte heute in der Regel nicht mehr national, sondern sprachregional gehandelt, also beispielsweise für die BRD, die DDR, Österreich und die deutschsprachige Schweiz gemeinsam. Praktisch bedeutet dies, dass die Filmeinkäufer des Schweizer Fernsehen beim Erwerb der Ausstrahlungsrechte für einen Film etwa der Paramount an drei verschiedene Verhandlungspartner gelangen müssen, wenn der Film im ganzen Land ausgestrahlt werden soll: Denn die Lizenz für die deutsche Fassung muss bei der Beta in München, die französische bei der Paramount-Zweigniederlassung in Paris und die italienische bei einer Privatfirma in Rom eingekauft werden. Deshalb auch und nicht nur, weil die regionalen Fernsehanstalten in ihrer Programmgestaltung autonom sind, spielt der gemeinsame Filmeinkauf beim Schweizer Fernsehen eine eher ungeordnete Rolle. Zwar wird, wo es sinnvoll erscheint, koordiniert, weil dann auch etwas lukrativere Angebote gemacht wer-

Film-Grossproduktion in TV-Kleinformat: «Gone With the Wind».

den können oder – umgekehrt – durch den gemeinsamen Kauf eines Filmes für alle drei TV-Sender ein günstigerer Preis erzielt werden kann.
Dennoch: Mit den durchschnittlich 10 000 Franken, die das Fernsehen DRS für die Lizenz eines Films ausgeben kann, ist heute kaum noch Staat zu machen. Attraktive Filme wie «The Bridge on the River Kwai» und ähnliche können mit diesem Pappenstil – weit weniger als zehn Prozent dessen, was ARD und ZDF auf den Tisch blättern – nicht mehr erworben werden. Im Prinzip ist man dazu verdammt, nachzuspielen, was anderswo bereits zu sehen war: in der Schweiz, wo viele ausländische Programme zu sehen sind, alles andere als eine überzeugende Lösung. Der andere Weg wäre die alternative Programmation von Filmen aus Produktionen, die vom grossen Softwaregeschäft noch nicht aufgesogen sind: Filme aus den Ostblockstaaten zum Beispiel, aus der Dritten Welt, aus der Off-Hollywood-Produktion, aus kleinen Filmländern. Da wäre, so meint auch Dr. Paul Kretz, welcher der Redaktion, die für das Fernsehen DRS die Filme und TV-Serien programmiert, vorsteht, ein grosses und bisher ungenütztes Potential vorhanden.
Von einer solchen Programmphilosophie kann allerdings eine Programmdirektion, die mehr Sinn für das Bewahrende als für das Experiment beweist, die sich eher zur Anpassung an das Bekannte als zum Aufbruch in neue Gefielde bekennt, wahrscheinlich nicht viel halten. Mit den grossen TV-Sendeanstalten in den deutschsprachigen Nachbarländern mitzuziehen, die Konkurrenz trotz ungleich langen Spiessen anzunehmen und ihr die Stirn zu bieten, ist nach wie vor die Devise. Danach hat sich auch der Einkauf von Spielfilmen zu richten. So lange es irgendwie geht.

Kein Grund zum Pessimismus

Und noch geht es offenbar. Dr. Kretz stellt zwar fest, dass nun tatsächlich der ganze Stock von MGM und zumindest ein Teil jenes von UA durch den Grosseinkauf der ARD gesperrt ist. Das führt zu gewissen Engpässen, vor allem wenn thematisch programmiert werden soll. Andererseits ist ihm bekannt, dass die ARD zumindest für einen Teil der Filme auch die Ausstrahlungsrechte für die ganze deutschsprachige Region erworben hat. Das ZDF wiederum hat dem Fernsehen DRS von seinen 1264 gekauften Filmen bereits 250 angeboten. Die Redaktion evaluiert im Augenblick, was erworben werden soll. Es scheint klar, dass die beiden deutschen Fernsehanstalten die neu erstandenen Filme im Verlauf der nächsten Jahre nicht nur ausstrahlen, sondern, soweit sie die entsprechenden Lizenzen besitzen, auch weiter verkaufen wollen. Den potentiellen Käufern, dessen muss man sich bewusst werden, bleibt allerdings nur das Nachspielen der Filme auf ihrem Sender. Das mag in einer Zeit, die ohnehin dadurch geprägt wird, dass immer mehr Programmanbieter die immer gleichen Programme verbreiten, kein gewichtiger Nachteil sein. Originell oder besonders aufregend ist diese Form von Programmation indessen nicht.
Neben ARD und ZDF gibt es natürlich die andern Märkte: die Beta/Taurus und andere Firmen, die Filmlizenzen handeln einerseits, der freie Einkauf bei Produzenten und Verleihern andererseits. Selbst ohne einen einzigen Film bei Leo Kirch zu kaufen, wäre seine Redaktion ohne weiteres in der Lage, ein paar Jahre lang ein gutes Filmprogramm zu offerieren, meint Kretz. Filme dafür lägen noch immer genug auf dem Markt. Der einzige Nachteil wäre wohl, dass bei Zyklen und Filmreihen mitunter einige wichtige Filme fehlen würden. Ähnlichen Optimismus verbreitet auch Ernst Ambühl vom Filmeinkauf beim Fernsehen DRS: Nicht generell Filme einzukaufen, sondern bestimmte Filme, vor allem Grossproduktionen, zu erhalten, sei heute das Problem. Das Angebot sei aber im grossen und ganzen zufriedenstellend. Ambühl weist auf ein Problem hin, das in der Öffentlichkeit bisher kaum Beachtung gefunden hat: In der Schweiz werden jene drei Sprachen gesprochen, die auf dem europäischen Festland am meisten verbreitet sind: Deutsch, Französisch und Italienisch. Das erhöht zwar die Verfügbarkeit der Filme, treibt aber gleichzeitig wegen des grossen Bedarfs die Preise in die Höhe.

Zwar gibt es, so die einhellige Meinung der Deutschschweizer Filmeinkäufer, gelegentlich Schwierigkeiten, an bestimmte Filme heranzukommen, ja oft sei es unmöglich, sie für das Fernsehen DRS verfügbar zu machen, für Pessimismus bestehe indessen kein Grund; zumindest nicht in allernächster Zeit. Wichtig sei es, sich jetzt einen möglichst guten Fundus zu beschaffen. Dies sei für das Fernsehen DRS allerdings nicht ganz einfach, denn um die Preise tief zu halten, würden Lizenzen in der Regel nur mit kurzen Lauffristen erworben. Paul Kretz erkennt zwar den Nachteil, dadurch kein grosses Filmlager halten zu können, andererseits erlaube dies wiederum auf überraschende Offerten rasch und problemlos eintreten zu können.
Pessimismus erst dann aufkommen zu lassen, «wenn er nötig wird», hat Dr. Kretz auch noch aus einem andern Grund, den er vorsichtigerweise als eine private Spekulation bezeichnet. Zwar sei unbestritten, dass mit einer steigenden Zahl an Programmanbietern der Bedarf an Filmen wachse und schlimme Engpässe vor allem für kleine Sender entstehen können. Aber letztlich, davon ist er ziemlich überzeugt, würden weniger Sender betrieben werden, als heute projektiert sind. Der Werbekuchen, der sich nicht beliebig vergrössern lasse, werde für eine Selbstregulierung sorgen. Das bedeute nun, dass schon in absehbarer Zeit wieder mehr Filme zur Verfügung ständen, als heute vorausgesagt wird. Viele Filmbestände würden zudem durch Lizenzverfall frei.

«Amerikanisierung» des Programms?

Es ist wohl richtig, dass die SRG und ihre regionalen Fernsehanstalten in einer Medienlandschaft, deren Entwicklung nur schwer vorauszusagen ist, vorerst einmal eine abwartende Haltung einnimmt. Eine Strategie des Zuwartens bedeutet ja keineswegs, die Hände einfach in den Schoss zu legen und nichts zu tun. Bei der SRG werden denn in der Tat im stillen Kämmerlein Szenarien für möglicherweise eintretende Fälle entwickelt, wobei allerdings niemand weiss, welcher Fall schon bald oder erst in fernerer Zukunft eintreten könnte.
Nur: Den Szenarien für die Filmbeschaffung in schwierigeren Zeiten müsste eigentlich eine Programm-Philosophie zugrunde liegen, die von der Funktion öffentlicher (oder öffentlich-rechtlicher) Programmanbieter in einer zunehmend privatwirtschaftlich orientierten Medienlandschaft ausgeht. Eine solche Philosophie existiert, soweit sichtbar, kaum irgendwo in Europa. Als Beispiel ihres Fehlens mögen auch die Monster-Filmeinkäufe der beiden öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten der Bundesrepublik dienen: ARD und ZDF kaufen zusammen um die 2100 amerikanische Filme und dazu ungezählte Sendestunden an amerikanischen TV-Serien ein, ohne sich offenbar auch nur eine Sekunde lang zu überlegen, welche kulturpolitischen Auswirkungen eine solche Massierung bedeutet. Jedenfalls müsste das Europäische Parlament, das in Strassbourg vor nicht allzu langer Zeit vor der Übermacht amerikanischer Filme auf dem europäischen Kinomarkt warnte, seine berechtigten Bedenken auch auf die elektronischen Medien ausdehnen. Was zur Zeit bevorsteht, ist nämlich nichts anderes, als eine amerikanische Invasion mit Medienprogrammen. Sie ist Ziel einer bewussten Strategie, die zwar auf kommer-

---

Gegendarstellung

In der ZOOM-Ausgabe Nr. 11/84 hiess es in einem Kommentar von uj., zwei Berichterstattungen über den Papstbesuch seien ganz offensichtlich auf Druck der Christlichdemokratischen Volkspartei der Schweiz (CVP) erfolgt. Meine eigenen Recherchen und Kenntnisse haben ergeben, dass weder Druck noch sonst irgendwelche Interventionen seitens der CVP bei der SRG ausgeübt worden sind. Dass sich aus der SRG aber dennoch Informanten in dieser Richtung verwendet haben, ist bedauerlich, ebenso, wie wenn ein Druck tatsächlich erfolgt wäre. Ich bitte Sie um Kenntnisnahme.

Dr. Hans Peter Fagagnini
Generalsekretär CVP

ziellen oder zumindest ökonomischen Überlegungen beruht, aber zweifellos auch ideologische Folgen zeitigt, indem erhebliche Teile der Welt mit amerikanischem Gedankengut überschwemmt und kolonisiert werden. Dies geschieht in einem Ausmass, das durchaus in der Lage ist, eigenständige nationale Kulturen zu erdrücken. Zahlen mögen dies belegen: Allein die amerikanischen TV-Networks exportieren jährlich über 200000 Programmstunden in rund 100 Länder; 25 Prozent aller Erlöse des amerikanischen Fernsehmarktes und 45 Prozent aller Einnahmen aus Filmverkäufen kommen aus dem Ausland (Dr. Wolf Donner anlässlich der Mainzer Tage der Fernsehkritik im letzten Jahr).
Es geht hier gewiss nicht darum, ein amerikanisches Feindbild zu entwerfen. Vielmehr soll hier eine Entwicklung aufgezeigt werden, an die einige Gedanken zu verschwenden wären. Zumindest jenen, was unsere öffentlich-rechtlichen Medien den amerikanischen Expansionsgelüsten entgegenzusetzen haben. Die Filmeinkäufe von ARD und ZDF sind ein guter Anlass, einen Denkprozess einzuleiten. Denn was hier geschieht, hat exemplarischen Charakter: Der Film nämlich ist inzwischen die wichtigste, attraktivste und auch ökonomisch wichtigste Software geworden (Donner). Die Programmanbieter – die amerikanischen wirken dabei erneut als Schrittmacher – haben etliches mit ihm vor; interessanterweise eher weniger über den bisher üblichen Weg des allgemein empfangbaren Fernsehens als über besondere, vom Nutzer entsprechend zu bezahlende Dienste. Neben dem Pay-TV, das in den Vereinigten Staaten bereits über Filmkanäle verfügt, die 20 Millionen Haushalte für 15 Dollar monatlich mit 30 bis 40 Spielfilmen monatlich versorgen, wollen verschiedene Stationen ihre Kunden während der wenigen sendefreien Nachtstunden gegen ein entsprechendes Entgeld mit Filmangeboten für die Aufzeichnung mit Videorecordern versorgen. Und die amerikanischen Major Companies liebäugeln ebenfalls mit einem neuen Angebot, dem sogenannten Pay-pre-view. Das ist ein in Entwicklung begriffenes System, das erlauben soll, grosse Filmpremieren nicht mehr in Kinos stattfinden zu lassen, sondern zur einmaligen Ausstrahlung über den Bildschirm freizugeben; auch dies selbstverständlich gegen Entrichtung eines bestimmten Betrages. Zwischen 50 und 100 Millionen Dollar Einnahmen an einem einzigen Abend versprechen sich die grossen Produktionshäuser davon.

Qualität als alternatives Angebot

Dass für solche monströse Unternehmungen, mit denen früher oder später natürlich auch das europäische Publikum beglückt werden soll, nicht der anspruchsvolle, künstlerische Film im Vordergrund steht, sondern der spektakuläre, attraktive Unterhaltungsfilm, liegt auf der Hand. Die Auswertungspläne der Programmanbieter bei einem Massenpublikum – es allein garantiert entsprechende Erträge – hat selbstverständlich Auswirkungen auf die Produktionsbedingungen für die Filmschaffenden. Inhaltliche und formale Diktate sind gegeben. Beim Entwurf einer Programm-Philosophie für ein öffentlich-rechtliches Fernsehen müsste dieser Einsicht Rechnung getragen werden. Qualitätsbewusstsein könnte zur Devise werden, um eine alternative Fernsehkultur zum Massenkonsum von spektakulärer, aber oberflächlicher Medien-Unterhaltung zu schaffen. Dazu allerdings bedürfte es eines neuen Verständnisses für die Funktion der öffentlich-rechtlichen Programmanbieter. Ihre Ziele unterscheiden sich heute ja kaum von jenen der privaten Programmveranstalter: Der Blick ist stur auf die Einschaltquoten gerichtet; es werden werbefreundliche Umfelder geschaffen; der durch die Konzessionsbestimmungen auferlegte Bildungs- und Kulturauftrag wird in die Randstunden abgedrängt. Das Buhlen um die Gunst des Publikums hat Priorität. Nun liegt aber der Sinn öffentlich-rechtlicher Medien nicht in der Gewinnmaximierung, sondern – wie der Filmautor und Schriftsteller Alexander Kluge dies ebenfalls an den Mainzer Tagen der Fernsehkritik ausdrückte – in der Gewissenhaftigkeit, der Langfristigkeit, der besonderen Art, sich Mühe zu geben.

Fernsehen betreibt Filmverwurstung: Sean Connery in «You Only Live Twice».

Im Klartext bedeutet dies, dass ein öffentlich-rechtliches Fernsehen nicht über Gebühren finanziert wird, um möglichst hohe Ratings zu erzielen, sondern um, vom Alltagswettbewerb ungestört, einen bildungs- und kulturpolitischen Auftrag anzunehmen, zu realisieren und zu verantworten; dies als eine klare Alternative zu privatwirtschaftlichen Initiative, die andere Leitbilder entwickelt.
Was geschaffen werden müsste, ist laut Kluge eine sogenannt gemeinnützige Zone, wobei der Begriff «gemeinnützig» mit «weder rafferisch noch reissend in der Geschwindigkeit» umschrieben werden müsste. Ein solches gemeinnütziges Televisions-System könnte ein Komplement zu den privatwirtschaftlich organisierten Programmanbietern darstellen. Durch die Koexistenz öffentlich-rechtlicher Systeme mit gemeinnützigen Strukturen und Medien privatwirtschaftlicher Ausrichtung könnte eine Form der Ausgewogenheit durch Aussenpluralismus entstehen.

Zur Radikalität fähig werden

Bezogen auf den Film und seine Auswertung in öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten bedeutet Gemeinnutz in dem von Kluge gemeinten Sinne eine Rückbesinnung auf die sechziger Jahre. Damals hatten die beiden deutschen Fernsehanstalten – weniger das Fernsehen DRS, das den Film immer mehr als preisgünstigen Programmbestandteil denn als kulturell bedeutungsvollen Beitrag behandelte – eine Funktion wahrgenommen, die das Kino in der Bundesrepublik nicht mehr zu übernehmen in der Lage war: Sie pflegten den besonderen, den anspruchsvollen Film, während die Kinos

Konzessionen an einen billigen Massengeschmack machten und ihre Programmation auf Pauker-, Blödel- und Sexfilme konzentrierten. Das Fernsehen hat damals praktisch die Rolle des Studiokinos übernommen. Dabei wurde die aufschlussreiche Feststellung gemacht, dass die TV-Zuschauer auch schwierigen Werken keineswegs aus dem Wege gingen. Dieter Stolte, Intendant des ZDF, stellt mit Recht fest, dass mit dem anspruchsvollen Film im Fernsehen eine Art ästhetische Schulung eines Massenpublikums stattgefunden hat, deren Folge eine Verfeinerung des Urteilsvermögens und eine Befähigung zur Differenzierung war. Die Qualität des Fernsehens, Film in dieser Art einzusetzen, ist im Verlauf der Jahre leider verlorengegangen. Zwar gibt es noch einige Spielwiesen, wo der anspruchsvolle Film im Fernsehen seinen Platz findet, aber sie sind allesamt in die Programm-Randzeiten – für ein grösseres Publikum unerreichbar – verbannt worden. Das Fernsehen hat in den sechziger und siebziger Jahren nicht nur, indem es ihm einen Platz gab, sondern auch, indem es ihn zu wesentlichen Teilen mitproduzierte, dem anspruchsvollen, künstlerischen Film das Überleben gesichert; nicht allein in der Bundesrepublik, sondern auch in Italien, in Frankreich und anderswo.

Die Situation, wir stellen es mit Bedauern fest, hat sich trotz anderslautenden Behauptungen, umgekehrt: Die elektronischen Bildmedien, insbesondere Video, Pay-TV und private Sender, verbreiten heute Massenware, betreiben Filmverwurstung; der Kunstfilm ist – ich sage es ungern, aber es ist die brutale Wahrheit – ins Getto des Studiokinos oder der Parallelveranstalter zurückversetzt worden, wo er nurmehr einem speziellen, um nicht zu sagen: elitären, Publikum von Cineasten zugänglich ist. Das ist die Folge einer Politik der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten, der die Einschaltquoten und die Werbeeinnahmen wichtiger sind als kulturelle Perspektiven und die sich von Interessengruppen und Lobbyisten bis zum Duckmäusertum hat unter Druck setzen lassen – nicht zuletzt, weil die Monopolsituation die Sender durch geschickte Manipulation erpressbar machte.

Der Ruf nach einer neuen Programm-Philosophie für die öffentlich-rechtlichen Sender, welche die Qualität und damit auch die Mündigkeit des Zuschauers wiederum in ihr Zentrum stellt, ist deshalb mit der Forderung nach Radikalität verbunden. Radikalität bedeutet in diesem Zusammenhang die Fähigkeit, die Verantwortung des Programmauftrags ohne Rücksicht auf wohlfeilen Publikumserfolg, aber auch ohne Bangen vor dem Einfluss politischer und wirtschaftlicher Interessengruppierungen wahrzunehmen. Nur so wird es den öffentlich-rechtlichen Fersehanstalten letztlich gelingen, jenes Angebot an qualitativ hochstehenden und kulturell wertvollen Sendungen bereitzustellen, das die Gesellschaft als Alternative zu einer immer mehr verflachenden Medienunterhaltung für die Massen dringend braucht. Die Forderung nach Radikalität ist umso berechtigter, als öffentlich-rechtliche Sender durch die Erhebung von Gebühren finanziert werden und deshalb im Gegensatz zu den privatwirtschaftlichen Programmanbietern keine ökonomischen Rücksichten zu nehmen brauchen.

Filmkultur – Filmverbrauch

Zum Stand der Beziehungen zwischen Kino und Fernsehen

Die Beziehungen zwischen Film, Kino und Fernsehen bildeten das Thema der Mainzer Tage der Fernsehkritik 1983, wie sie alljährlich vom ZDF durchgeführt werden. Hans Helmut Hillrichs und Heinz Ungureit haben im Verlag v. Hase & Koehler (Mainz) nun den Band 16 der Reihe «Fernseh-Kritik» herausgegeben, der die Referate und Diskussionen der letztjährigen Tagung festhält. Der 320seitige Band mit dem Titel *«Filmkultur – Filmverbrauch»* enthält viele aufschlussreiche und bemerkenswerte Themen zum Filmschaffen und seiner Beziehung zum Fernsehen und den neuen Medien.

Radikalität heisst in Bezug auf die Programmation von Filmen im Fernsehen eine rigorose Abkehr von der Mentalität, Film als Software zu behandeln. Man wird lernen müssen, ihn wiederum als ein Kulturgut zu betrachten, ihn ernst zu nehmen. Das bedeutet wohl nicht zuletzt, dass die Zusammenarbeit zwischen Programmverantwortlichen des Fernsehens und Filmschaffenden auf einen Stand gebracht werden muss, der dem Film eine wirtschaftliche Basis sichert. Das Rahmenabkommen, wie es jüngst zwischen dem Verband Schweizerischer Filmgestalter und der SRG abgeschlossen worden ist, kann dabei wohl nicht der Weisheit letzter Schluss sein, sondern allenfalls ein sehr bescheidener Anfang.

Urs Jaeggi

«Ihr habt die tieferen Aspekte Japans kennen gelernt»

Japan als Filmland bei der Mostra in Pesaro

Gilt der berechtigte Hinweis, dass unsere Kenntnisse, das heisst, die Kenntnisse der «weissen Gesellschaft» über andere, nicht weisse Kulturen «schlechthin unterentwickelt sind» (vgl. etwa Wilhelm Otte in «Aspekte interkultureller Zusammenarbeit», Bonn 1983) auch für Japan, ein Land, das wegen seinem rasanten wirtschaftlichen Aufschwung und seinem Vorsprung in verschiedenen Spitzentechniken heute oftmals eher als der «ferne Westen» denn als der «ferne Osten» bezeichnet wird? Auch im Hinblick auf dessen Filmkultur, wo doch Namen japanischer Regisseure wie Akira Kurosawa, Kenji Mizoguchi, Yasujiro Ozu oder Mikio Naruse beinahe schon zur Allgemeinbildung eines jeden filminteressierten Mittelschülers gehören? Und der Erfolg der «Ballade von Narayama» von Shohei Imamura (Goldene Palme von Cannes 1983) durfte sich auch hierzulande sehen lassen, gibt es doch Kritiker, die das Werk, wohl nicht zuletzt wegen «seiner starken Begegnung mit dem Tod», sogar «zu den ungewöhnlichsten Filmen dieser Kinosaison» (1983) zählten.

Ein paar Grundbegriffe

Aber für ein Land, das heute noch jährlich über 300 (1983: 317) Filme produziert, können diese wenigen Titel und Namen natürlich nicht mehr als «die Spitze eines Eisberges» sein. Schon wer diese «richtig» einordnen und ihren «Rätseln» auch nur einigermassen auf die Spur kommen will, muss den soziokulturellen, aber auch den filmischen Kontext kennen lernen (wollen), aus dem heraus sie entstanden sind. Dazu werden ein paar Grundbegriffe – beispielsweise über die «Samurai-Loyalität» im alten Japan (Samurai heisst wörtlich Diener), die «Mura-Mentalität» (Mura heisst Dorfgemeinschaft), die das «Wir-Gefühl» einer Gemeinschaft zum Ausdruck bringt («Wagaya»: unser Haus, «Wagasha»: unsere Firma, «Wagakuni»: unser Land) oder den modernen Wahlspruch «Wakon Yosai» – japanischer Geist mit westlichem Wissen – unentbehrlich sein, weil sie zu den Hauptelementen der japanischen Kultur gehören und die Filme ein Ausdruck davon sind. Sie helfen mit, das Wahrnehmungsvermögen für diese faszinierende Fremdkultur zu schärfen oder zu entwickeln und damit auch die Bedeutung und die Botschaft der japanischen Filme besser zu erahnen oder zu erfassen, in die den Japanern eigene und eigentümliche Psyche etwas tiefer einzudringen.

Ein paar Veranstaltungen

Wegen der immer noch wachsenden Bedeutung Japans für die westliche Welt scheint das Bedürfnis und das Interesse, auch das filmkulturelle, dafür in Europa zur Zeit enorm gross zu sein. Das hat sich neulich am unerwarteten Erfolg einer «Oshima-Retrospektive» in England ge-