

stanz Gottes, sei „ein durchaus utopisches Unternehmen“. Das werden Atheisten gewiß nicht gern lesen und auch nicht, daß die Hypothese von der Existenz Gottes „immerhin zumindest prinzipiell verifizierbar sein könnte“. Leider geht Albert nicht näher darauf ein, er überläßt es dem Leser, sich seinen Teil zu denken und zwischen strikter Widerlegung und prinzipieller Verifizierbarkeit zu unterscheiden.

Dafür verfolgt Albert den Theologen Küng auch noch dann, wenn dieser in eine scheinbar geschützte Nische auszuweichen versucht. Zwar sei es lobenswert, wenn Küng feststelle, „die Wahrheit des Gottesglaubens müsse sich in der Praxis erweisen, bewähren, bewahrheiten“.

Aber eine solche Aussage demonstriert, meint Albert, einmal mehr, daß Küng die Kategorien verwechsle und Begriffsverwirrung stifte. Denn die „guten Taten eines Heiligen“ könnten nicht seinen Gottesglauben beweisen.

Es gehört in der Tat zum Verwirrspiel, das Küng betreibt, wenn er einerseits den Glauben an Gott als rational verantwortlich darstellt, andererseits aber ständig betont, daß diese Rationalität nur im Vollzug des Glaubens erfahren werden könne. Auch die von Küng eingeführte Hilfshypothese, daß es neben der „äußeren Rationalität“ noch eine „innere“ gebe, die das im Glauben Erfahrene begründe, beseitigt die Verwirrung nicht.

Schließlich erhebt ja Küng den Anspruch, eine Argumentation anzubieten, „deren Rationalität auch dem nicht durch solche Erlebnisse ausgezeichneten, normalen Sterblichen zugänglich sein müßte“ (Albert). Da aber Küng dieses Versprechen nicht einlösen könne, betreibe er einen „Mißbrauch der Vernunft im Dienste menschlicher Bedürfnisse“.

Küngs Verfahren, „das zu postulieren, was man braucht“, so erinnert Albert an ein Zitat von Bertrand Russell, habe zwar viele Vorteile, aber „es sind dieselben wie die Vorteile des Diebstahls gegenüber der ehrlichen Arbeit“.

Alberts Streitschrift gegen Küng ist gewiß nicht ohne Vorurteile verfaßt, und eins seiner größten ist — und damit unterliegt er einer alten Katholiken-Krankheit —, alles für bare Münze zu nehmen, was ein Theologe, in diesem Fall Küng, sagt.

So fällt es ihm denn auch leicht, mit dem Buhmann Küng Theologie und Kirche insgesamt zu verurteilen. Und Alberts Schluß ist menschlich verständlich, aber nicht logisch begründet: Weil von einem gemeinsamen Glauben der Theologen nicht mehr die Rede sein könne, gerate die Kirche in eine Identitätskrise und müsse, um sie zu beheben, „dem rechten Glauben weniger Gewicht beimessen“.

Weil Bäcker nicht die gleichen Brötchen backen, will Albert keine Brötchen mehr essen. *Helmut Gumnior*

KINOMARKT

Harte und Zarte

Massenstarts von Unterhaltungsfilm blockieren immer mehr Kinos und nivellieren so das diesjährige Weihnachts-Filmprogramm.

In nicht weniger als acht Hamburger Kinos läuft zur Zeit derselbe Film, die Disney-Produktion „Das Dschungelbuch“. Von dem zwölf Jahre alten Trickfilm werden im Augenblick über 200 Kopien im Bundesgebiet gezeigt.

Schlimmer noch: Pünktlich zum Christfest hat der Tobis-Verleih den neuen Klamauk von Bud Spencer und Terence Hill, „Das Krokodil und sein

einen neuen Besucheranstieg um 4,4 Prozent und in den letzten drei Jahren insgesamt eine Zuwachsrate von 20 Prozent.

Doch je besser das Geschäft, desto rauher die Sitten. Horst Wendlandts Berliner Tobis, abonniert auf das Erfolgsduo Spencer-Hill, hat auf dem deutschen Markt das Prinzip eingeführt, auf einen Schlag und in kurzer Zeit bundesweit „abzukochen“, mit preisgünstig im Ausland gezogenen Kopien, deren Kosten durch Massenrabatt nochmals reduziert werden.

Wendlandts 275 Einsätze in diesem Dezember sind ein neuer Rekord. Hämmischer Branchenkommentar: Die Firma könne wohl kein großes Vertrauen haben in ein Produkt, das sie so eilig zu verramschen versuche.



Spencer-Hill-Film „Das Krokodil und sein Nilpferd“: Konkurrenz ausgeschaltet

Nilpferd“, mit insgesamt 275 Kopien gestartet. Damit blockieren zwei Filme zur attraktiven Weihnachtszeit das Gros der begehrten City-Kinos.

Die Folge dieser programmierten Marktverstopfung ist ein langweiliges, dürftiges Filmangebot zum Jahresende. Die übrigen Dezember-Premieren waren dünn gesät, ambitionierte Neuheiten blieben an den Rand gedrängt.

Und auf Filme, die seit langem im Gespräch sind, von den „Muppets“ über Loseys „Don Giovanni“ bis zu Bertoluccis „La Luna“, können deutsche Zuschauer noch Monate warten; die Verleiher hätten für solche anspruchsvollen Titel nur mehr kleine, drittklassige Häuser bekommen.

Die robuste Bestsellerpolitik ist ein Symptom für die Entwicklung des deutschen Kinomarkts zu einem der umsatzstärksten der Welt. Auch der Kinobesuch steigt wieder an: Die 3220 westdeutschen Kinos verbuchten 1979

Aber die Tobis und ebenso die Spencer-Hill-Klamotten haben einen hohen Marktwert, der Coup wird wohl gelingen. Nicht zuletzt, weil es zu diesem System gehört, die Konkurrenz von vornherein auszuschalten: Lukrative Starttermine wie Ostern und besonders Weihnachten werden langfristig im voraus blockiert, oft mit Phantasietiteln. Im Augenblick feilscht die Branche um die Weihnachtstermine für 1983. Verleiher und Erstaufführer haben sich daran gewöhnt, über Filme zu verhandeln, die noch gar nicht gedreht sind.

Ein anderer Grund für die Großeinsätze von Filmen sind die gigantischen Werbekampagnen. Denn anders als in Frankreich, Italien, England, Spanien, wo sich das große Geschäft auf wenige Metropolen beschränkt, ist der deutsche Markt dezentralisiert. Hier rentiert sich nur die flächendeckende Wer-

* Mit Bud Spencer und Terence Hill.

bung in überregionalen Zeitungen und Zeitschriften, in Radio und TV, in Begleitaktionen und im Medienverbund mit Buch, Platte, Spielzeug.

Allein die bundesweite TV-Werbung für einen Film kostet aber circa 700 000 Mark, der PR-Etat für den Verleih klettert damit rasch auf eine Million und mehr. Folge: Um die Fehlsteuerung des hohen Aufwands zu vermeiden, muß der Film am Zieltag möglichst überall anlaufen; Starts mit rund 100 Kopien sind längst üblich geworden. Die Kinos muß man zu den Massenstarts nicht überreden, im Gegenteil: Jeder möchte am großen Geschäft des mit allen Mitteln ins Gespräch gebrachten neuen Titels teilhaben.

Genauso steigt aber auch die Bereitschaft, einen Film, sobald er nicht am ersten Wochenende die gewünschten Einspielergebnisse erzielt, wieder rauszuschmeißen und auf den nächsten potentiellen Hit zu setzen: ein gnadenloser Erfolgswang, dem nicht nur die Sintflut kommerzieller Durchschnittsware zum Opfer fällt, sondern zunehmend auch das Quantum anspruchsvoller Filme im Kinoprogramm.

Anders gesagt: Immer weniger Filme machen immer mehr Geld, denn die wachsende Zahl von Kinobesuchern kommt den wenigen Produktionen zugute, die die etwa zehn marktbeherrschenden Firmen als ihre erfolgversprechenden Knüller anpreisen und vermieten.

Und damit vergrößert sich rapide die Kluft zwischen den Harten und den Zarten, den großen Kinoereignissen und den bescheidenen, stillen, schwierigen oder intelligenteren Filmen — also auch den meisten deutschen.

Doch deren Vertreter üben sich in Bescheidenheit. Als habe es die Kassenerfolge „Die Blechtrommel“, „Die Ehe der Maria Braun“, „Wehe, wenn Schwarzenbek kommt“ und „Nosferatu“ nicht gegeben, widerspricht die Branche nicht der selbstmörderischen Devise, das Heil der Deutschen liege im bescheidenen Schmutzdelkino, im „kleinen schmutzigen Film“. Wer sich freiwillig an den Katzentisch setzt, darf sich nicht wundern, wenn er übersehen wird.

FILM

Sieg der reinen Herzen

„Movie Movie“. Von Stanley Donen; USA 1978; 105 Minuten; Farbe, Schwarzweiß.

In US-Filmen gibt's zur Zeit wenig zu lachen. Hollywoods Beschäftigung mit Alpträumen läßt Komödien kaum noch Platz; Horror-Spektakel wie „Alien“ sorgen statt dessen für den Spaß an der Furcht.

Zwischen den teuren Angstmachern wirkt Stanley Donens Genre-Parodie „Movie Movie“ erfrischend unmo-



Donen-Komödie „Movie Movie“, Darstellerin Ann Reinking: „Nenn' mich Trouble“

disch, fast ein bißchen altbacken. Aber wie das Science-Fiction-Kino handelt auch diese Komödie nicht von der Gegenwart, sondern mokiert sich darüber, wie in den dreißiger und vierziger Jahren die US-Wirklichkeit im Film auf den Kopf gestellt wurde.

Liebevoll erinnert „Movie Movie“ an synthetische Kino-Illusionen, mit denen sich das krisengeplagte Publikum kurzfristig die Sorgen vom Hals schaffen konnte. Donen hatte 1952 in dem Musical „Singin' in the Rain“ Hollywoods Übergang zum Tonfilm hinreißend veralbert und knüpft mit „Movie Movie“ an seine alten Qualitäten an.

Das gelang, weil er sich wieder auf vertrautem Terrain bewegen und mit den Gattungs-Mustern spielen durfte: Donens Film ist die ironische Rekonstruktion eines Double Features, jener in den dreißiger und vierziger Jahren üblichen Präsentation zweier Filme in einer Vorstellung.

Auch „Movie Movie“ serviert zwei Filme fürs selbe Geld: ein Boxer-Melodram und ein Musical. Die parodierten Vorbilder waren meist üppiger — Donen reduziert sie auf ihr bloßes Handlungs-Gerippe. Und das zweimal hintereinander: Der Zuschauer bekommt so eine doppelte Portion Optimismus und naiv tiefende Moral gereicht.

Schwarzweiß in jeder Hinsicht ist der erste Film. Er erzählt von Joey, einem Einwanderer-Jungen („Ich bin kein Versager, ich bin Ungar“), der nicht studieren kann, weil seine Schwester ein böses Augenleiden hat. Als Boxer muß er 25 000 Dollar zusammenprügeln für die rettende Operation.

Dabei gerät er in den Sumpf des Box-Geschäfts und ab vom Pfad der Tugend, die seine Freundin Betsy verkörpert, eine brave Bibliothekarin.

Eine Femme fatale („Nenn' mich Trouble“) macht den Box-Neuling kirre und spannt ihn seinem Manager (George C. Scott) aus, einer alten, ehrlichen Haut. Joey rutscht ab ins Gangstermilieu.

Aber kurz vor dem moralischen Bankrott siegt das Gute in der Faust-Seele des Boxers: Er entsagt der Unterwelt und wird ein scharfer Staatsanwalt.

Ebenfalls höchst anständig, aber furchtbar tragisch endet das farbige Musical des Film-Zwillings. Die Schauspieler aus dem Boxer-Rührstück tauchen wieder auf in einer Handlung, die kaum ein Klischee ausläßt.

George C. Scott spielt einen Broadway-Produzenten, der unheilbar krank ist und in seinem letzten Lebensmonat noch eine erfolgreiche Show auf die Bretter bringen muß. Bevor ihn der große Inspizient abrufft, hat das hirnlos-schöne Drama aus der bunten Welt des Entertainments noch wahnwitzige Verwicklungen und unglaubliche Zufälle parat.

Donen versteht es, die alten wunderbaren Musical-Blödigkeiten in einen neuen verrückten Zusammenhang zu stellen. Wenn er aber eine jener pompösen Ornament-Choreographien zu rekonstruieren versucht, mit denen der Revue-Spezialist Busby Berkeley in den dreißiger Jahren dem Publikum den Atem nahm, wird man traurig, weil es solchen sinnlos triumphierenden Erfindungsreichtum heute nicht mehr gibt — hier liefert „Movie Movie“ nur einen schwachen Abglanz.

Aber wenigstens holt der Film eine Devise aus der Versenkung, die es zu bedenken gilt: Ein reines Herz ist eine starke Waffe gegen die Abgefemtheit der Welt.

Arnd Schirmer