

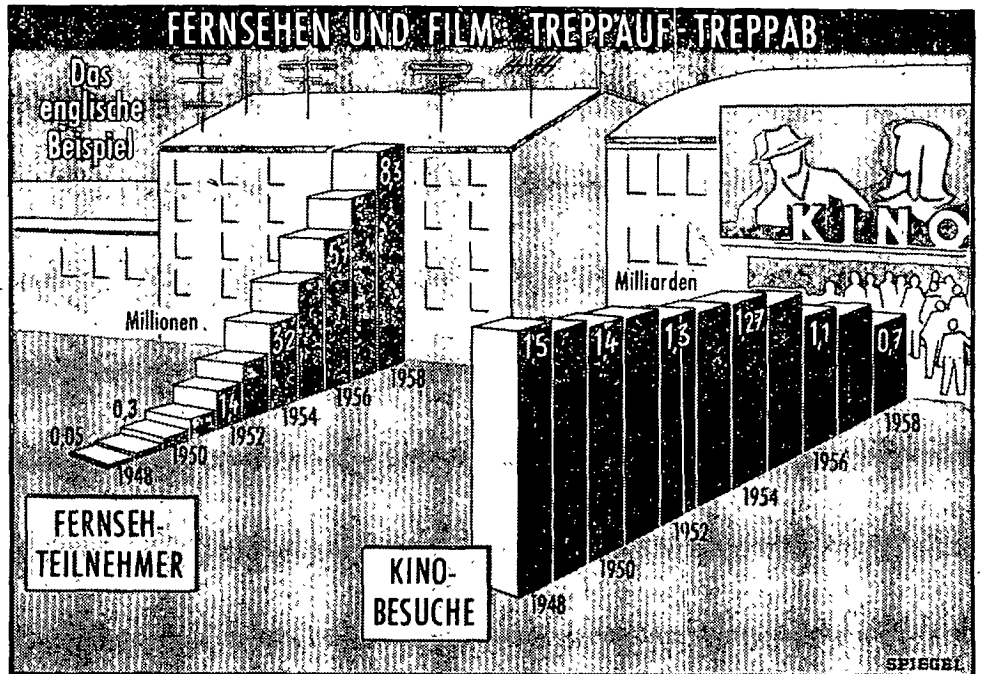
Das Kino-Sterben

Mit zwei Statistiken in Form einer Treppe veranschaulichte kürzlich der Generaldirektor der englischen Filmfirma Rank den Aktionären seines Filmkonzerns — des größten Europas —, warum in diesem Jahr die Dividende gegenüber dem Vorjahr radikal von 12½ auf fünf Prozent herabgesetzt werden mußte. Die eine Statistik-Treppe strebte himmelwärts: Sie stellte die ständig zunehmende Zahl der Fernseh-teilnehmer auf der Insel dar. Die andere führte in die entgegengesetzte Richtung — sie veranschaulichte das Absinken der Kinobesucherzahl.

Noch 1946 war jeder Engländer durchschnittlich vierunddreißigmal in jedem Jahr in sein „Odeon“ oder „Regal“ gegangen — insgesamt registrierten die Kinostatistiker in jenem Jahr 1,6 Milliarden Besucher. In den folgenden Jahren sanken die Besucherzahlen nur geringfügig, erst ab 1955 schrumpften sie rapide, und im Sommer vorigen Jahres sackten sie schließlich — wie Lord Rank selbst eingestand — „verheerend“ ab: auf 915 Millionen. In diesem Jahr wird sich die englische Filmwirtschaft selbst nach optimistischen Schätzungen mit 725 Millionen verkauften Plätzen zufriedengeben müssen, was bedeutet, daß jeder Engländer nur mehr vierzehnmal je Jahr ins Kino geht.

Die großen deutschen Filmfirmen und Theaterbesitzerverbände beobachteten den Abstieg der englischen Filmwirtschaft von Stufe zu Stufe, der vor allem durch die epidemische Ausbreitung des Fernsehens ausgelöst und beschleunigt wurde, aus einem besonderen Grunde mit Besorgnis: England gilt als maßstabgerechtes Modell für die zukünftige Entwicklung von Film und Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland, denn Bevölkerungszahl und soziologische Gliederung in England entsprechen etwa den Verhältnissen in der Bundesrepublik.

An den Abwehrmaßnahmen, mit denen der Generaldirektor des Rank-Konzerns, John Davis, 52, den lebensbedrohenden Schrumpfprozeß des Kinomarktes stoppen und den Konzern vor dem Ruin bewahren will, läßt sich studieren, zu welchen Taktiken sich in wenigen Jahren möglicher-



weise auch die Ufa flüchten wird, wenn sie ihr Kino-Imperium vor der tödlichen Gefahr des grassierenden Besucherschwundes zu sichern hat.

Rank-Generaldirektor Davis hatte sich schon im vergangenen Sommer, als die Kassenrapporte die zunehmende Verödung der englischen Kinos erkennen ließen, zu einer Radikalkur entschlossen. Er beschrieb sie kürzlich den in London versammelten Aktionären unter dem Schlagwort „Konstruktive Neuorientierung“. Der Rank-Filmkonzern will unter anderem

- ▷ in andere Zweige der Vergnügungsindustrie vordringen,
- ▷ eine Schallplattenproduktion etablieren,
- ▷ Dutzende von „unprofitablen“ Darstellern, vor allem die sogenannten Starlets (Sternchen) aus den Verträgen entlassen,
- ▷ noch nachdrücklicher als bisher auf ertragreichen Auslandsmärkten — vor allem Deutschland — vorstoßen und

▷ mehr als 80 seiner insgesamt über 480 Filmtheater schließen oder in Tanzsäle verwandeln*.

„Das heißt, daß etwa jedes sechste Kino dieses gewaltigen Konzerns dem Fernsehfunk zum Opfer fallen wird“, besorgte sich die deutsche Film-Zeitschrift „Filmwoche“. „Von den ... übrigbleibenden Kinos werden 80 für Spezialaufgaben bereitgestellt, das heißt, sie werden mit der neuesten technischen Ausrüstung versehen und nur Super-Monumental-Filme in ihrem Programm haben.“

Vor allem will der Rank-Konzern künftig die Anti-Fernseh-Devisen Hollywoods befolgen, die von den Produzenten „bigger and better movies“ — größere und qualitativ bessere Filme — verlangt. Generaldirektor Davis verfügte, daß der Konzern mit seinem Jahres-Produktionsbudget von vier Millionen Pfund (fast 50 Millionen Mark), mit dem bisher jährlich rund zwan-

* Zum Vergleich: Die Ufa kontrolliert in der Bundesrepublik und in Westberlin insgesamt 60 Filmtheater.



zig Filme hergestellt wurden, in Zukunft nur noch zehn Filme drehen soll. „Die Betonung wird auf dem teureren, wichtigeren Film liegen“, verkündete Davis, „für wichtige Filme zahlt das Publikum gern.“

Während die Produktionsumstellung sich mühelos vollziehen läßt, stößt ein anderer Programmpunkt der „konstruktiven Neuorientierung“ auf erbitterten Widerstand: Hunderte kleiner Kinobesitzer protestierten gegen die Forderung des Rank-Chefs, daß in jedem Bezirk der Insel die zur Verfügung stehenden Kinoplätze — nach einer geographischen Untersuchung — auf die Einwohnerzahl abgestimmt werden müssen.

Ogleich in England gegenwärtig nur noch 4100 Kinos existieren (Bundesrepublik einschließlich Westberlin: rund 6500), ist Generaldirektor Davis überzeugt, daß die Kinobranche nur gesunden kann, wenn mindestens weitere tausend Kinos stillgelegt werden. Die betroffenen Kinobesitzer sollten, so schlug Davis vor, aus einem Sonderfonds der Filmwirtschaft entschädigt werden.

Das Kinosterben wird allerdings nicht nur durch die Ausbreitung des Fernsehens beschleunigt. Vielmehr droht auch die als Anti-Fernseh-Maßnahme befohlene Umstellung der englischen und amerikanischen Firmen auf die Produktion kleiner, aber hochwertiger Filmstaffeln die Existenzgrundlage der Lichtspieltheater zu schmälern. „Für so viele Kinos, wie sie zur Zeit noch existieren“, prophezeite Davis, „wird es in Zukunft nicht mehr genug Filme geben.“

Da das Inselpublikum auf englische und amerikanische Filme eingeschworen ist und kontinentale Produkte lediglich in Ausnahmefällen vor vollen Häusern abflimmern, werden die vier größten Kinogruppen Englands nur mit Mühe die rund 200 Spielfilme aufzutreiben vermögen, die sie jährlich für ihr Programm benötigen.

Während die Kinobesitzer noch berieten, wie sie der drohenden Demontage ihrer Lichtburgen entgehen könnten, schreckten andere Meldungen die in der Schauspielergewerkschaft „Equity“ organisierten Filmstarsteller auf. „Achtung!“, warnte der Londoner „News Chronicle“, „die Deutschen stürmen unsere Studios. John Davis hat als Geschäftspolitik des Rank-Konzerns öffentlich verkündet, daß er unprofitable englische Schauspieler durch deutsche ersetzen werde. Warum deutsche? Weil



Englands Kino-Lord Rank: Betriebsfremde Betätigungen*

Deutschland der ertragreichste Kinomarkt Europas ist und weil ein Star, der dort bekannt ist, Besuchermassen in einen britischen Film lockt...“

Der Erfolg, den der englische Heldenfilm „Einer kam durch“ in der Bundesrepublik hatte, weil die Produktionsfirma vorsorglich Hardy Krüger für die Rolle des Luftwaffen-Oberleutnants Franz von Werra engagierte, bewies mit exemplarischer Wirkung, daß der finanzielle Erfolg eines britischen Films gesichert ist, sobald er auf dem deutschen Kinomarkt mit guten Chancen placiert werden kann.

Der Rank-Konzern engagierte daraufhin zwei deutsche Stars, die dem englischen Publikum unbekannt sind, aber auf dem deutschen Markt ein annehmbares Geschäft verheißen: O. W. Fischer für einen „Lorelei“-Film und Horst Buchholz für die Partie eines polnischen Mörders in dem Thriller „Tiger Bay“. Hardy Krüger, der mittlerweile auch in England populär geworden ist, übernahm eine weitere Rank-

Rolle in dem Film „Mit dem Kopf durch die Wand“.

Generaldirektor Davis strich sogar in konsequenter Anwendung seiner neuen Exporttaktik den englischen Star Peter Finch — der in dem Kriegsfilm „Panzerschiff Graf Spee“ den Kommandanten Langsdorff gespielt hatte — aus der Besetzungsliste des Films „Hong Kong Ferry“, um statt dessen Curd Jürgens zu verpflichten. „Davis gesteht ein, daß er sich auf ein Spiel mit hohen Einsätzen eingelassen hat“, berichtete der „News Chronicle“. „Aber er hat ja noch ein Jahr Zeit, bevor er die nächste Bilanz veröffentlichen muß.“

Bis dahin will der Rank-Konzern freilich auch in andere Gebiete der Unterhaltungsindustrie so weit vorgedrungen sein, daß Davis aus diesen Geschäften zusätzliche Einnahmen vorzuweisen hat. Der Plan, Rank-Schallplatten über Schallplattenklubs zu vertreiben, die jedes Rank-Kino gründen sollte, ist zwar am Wider-

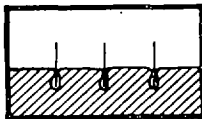
* Rechts: Gina Lollobrigida

Schon morgen neue Freude am elektrischen Rasieren

Sie können sich ganz leicht selbst überzeugen:

Reiben Sie vor dem Rasieren nur die eine Gesichtshälfte mit Letric Shave ein, und rasieren Sie beide Seiten wie gewohnt. So spüren Sie am besten den Unterschied: schon während des Rasierens - und hinterher.

Letric Shave macht tatsächlich das elektrische Rasieren vollkommen.



Mit Letric Shave

ist es anders: die Haut strafft sich, das Barthaar stellt sich auf. Die Schermesserschneiden es tief unten an der Wurzel. Es geht leicht und schnell. Durch Letric Shave wird Ihre Haut geschont und fühlt sich wunderbar glatt an.



WILLIAMS
Letric Shave

Erhältlich in jedem Fachgeschäft

B-L 20

Gewöhnlich ist die Haut entspannt. Das Barthaar ist biegsam; es weicht den Schermessern aus. Sie sind unzufrieden während und nach dem Rasieren. Sie brauchen außerdem zu viel Zeit... ohne Letric Shave



stand englischer Schallplatten-Industrieller zerschellt, immerhin aber hat sich der Rank-Konzern durch Erwerb der Aktien einer führenden englischen Grammophonfirma (Thompson, Diamonds and Butcher) eine Basis für das Plattengeschäft gesichert.

Schon Anfang des nächsten Jahres sollen die ersten Rank-Platten von der aufgekauften Firma produziert und über deren Läden vertrieben werden — unter der Firmierung „Top Rank“, was wortspielerisch gleichzeitig „erstklassig“ und „Ranks Bestes“ bedeutet. Aber mehr noch als das zu erwartende Plattengeschäft — das nach Ansicht von Lord Rank „weiten Spielraum bietet, namentlich wegen der zunehmenden geschäftlichen Bedeutung der Altersklassen zwischen 16 und 25 Jahren“ — soll ein Clou besonderer Art die erstrebte Aktivierung der Bilanzen ermöglichen. Der Konzern hat ein beträchtliches Aktienpaket einer neuen Fernsehgesellschaft aufgekauft und seinen Entschluß verkündet, in naher Zukunft die Produktion von Kurzfilmen für die privaten englischen (Werbe-) Fernsehgesellschaften aufzunehmen.

Davis ist überzeugt, daß er aus den betriebsfremden Betätigungen, denen sich der Konzern in den nächsten Monaten zuwenden wird, soviel Gewinn erlösen kann, daß diese Summen — zusammen mit den Einnahmen aus dem verstärkten Export und den Einsparungen aus der verschärften Rationalisierung — das Rank-Imperium gegen alle Gefahren der Fernseh-Ära absichern. „In drei bis fünf Jahren“, versprach Davis kürzlich den Aktionären, „werden wir den Rückschlag, den wir und die gesamte Kino-Industrie in den letzten Monaten erlitten, völlig überwunden haben.“

RUNDFUNK

BIBELSENDUNG

Verkäufer im Tempel

Die „Werbefunk Saar GmbH“, eine Tochtergesellschaft des Saarländischen Rundfunks, die über den Sender Saarbrücken Rundfunkreklame betreibt, hat jüngst aus ihren Kontobüchern einen Einnahmeposten endgültig streichen müssen, der ihr allmonatlich in schöner Regelmäßigkeit zugeflossen war. Es handelt sich um 100 000 Franken — rund 1000 Mark —, die von der amerikanischen Anzeigen-Agentur John M. Camp Company (Wheaton, Illinois) jeden Monat an die Werbe-Leute von Radio Saarbrücken überwiesen wurden, bis die Sendeleitung den Geschäftskontakt höheren Einsichten opferte.

Im Auftrag der in Lincoln (Nebraska) ansässigen Bibel-Gesellschaft „Back To The Bible Broadcast“, einer der vielen privaten amerikanischen Gruppen, die sich der Verkündung des Bibelwortes über den Rundfunk annehmen, hatte die Werbe-Agentur John M. Camp allwöchentlich Bänder mit Bibelsendungen in deutscher Sprache an die Saarbrücker Werbefunk-Gesellschaft geschickt. Die Bänder wurden regelmäßig an Montagen, mittags von 14.45 bis 15 Uhr, im normalen Programm abgespielt, und im Funkhaus herrschte über die zusätzlichen Einnahmen, aber auch über die willkommene Bereicherung des christlichen Programmteils von Radio Saarbrücken eitel Freude.

Nach dem Abspielen einiger frommer Lieder und Choräle meldete sich in dieser Sendung ein anonymes Sprecher, der mitteilte, daß die Hörer der „Stimme des Evangeliums“ lauschten. Was die saarländischen Radiohörer dann — musikalisch umrahmt — an frommen Bibelworten vernahmen, unterschied sich scheinbar nicht

von dem, was sie auch im sonntäglichen Gottesdienst hören konnten.

„Jesus Christus“, verkündete der Sprecher etwa, „ist Fleisch geworden, am Kreuze gestorben, um uns zu erretten, um uns wieder neu zu erschaffen im Ebenbilde und Gleichnis Gottes, und um uns das ewige Leben zu schenken, durch den Glauben, durch die Gnade Gottes . . . Ich hoffe, daß Ihr diese persönliche Erfahrung mit Jesus Christus gemacht und ihn als Heiland und Erretter anerkannt habt und durch den Glauben das ewige Leben besitzt . . .“

Nachdem die Sendung mehrmals ausgestrahlt worden war, sah sich selbst die katholische Geistlichkeit veranlaßt, die Frömmigkeit der Saarbrücker Rundfunkleute rühmend hervorzuheben. Der „Paulinus“, das Hausblatt des Bischofs von Trier, zu dessen Amtsbereich auch das zu drei Vierteln von Katholiken bevölkerte Saarland gehört, empfahl „Die Stimme des Evangeliums“ unter der Rubrik: „Sendun-



Saarbrücker Intendant Mai
„Du kannst ärgerlich werden“

gen, die uns interessieren“. Etliche katholische Priester ließen es sich daraufhin nicht nehmen, sogar von der Kanzel herab auf diese Sendung hinzuweisen.

Allerdings hatten sich weder das bischöfliche Sekretariat in Trier noch die Priester im Saarland jemals die Mühe gemacht, auf ein Angebot einzugehen, daß den Hörern der „Stimme des Evangeliums“ jeden Montag aufs neue aus dem Radio entgegen-tönte. „Wir möchten Sie freundlichst einladen“, lautete das Angebot, „uns zu schreiben, um das Buch von der Gabe des Heiligen Geistes zu empfangen. Unsere Anschrift: ‚Stimme des Evangeliums‘, Postfach 11 013, Frankfurt am Main“

Es war ein junger katholischer Lehrer aus dem saarländischen Dorf Urexweiler bei St. Wendel, der es schließlich unternahm, nach Frankfurt zu schreiben, um das offerierte „Buch von der Gabe des Heiligen Geistes“ zu studieren. Die Postsendung, die daraufhin bei ihm eintraf — Absender: „Stimme des Evangeliums“ in Frankfurt, Stettenstraße 34 —, enthielt eine Miniaturausgabe des Neuen Testaments

und zwei Broschüren mit den Titeln „Gewißheit“ und „Friede und Sicherheit“.

Bei dem Neuen Testament handelte es sich, wie der Dorflehrer schnell feststellen konnte, um „eine ganz normale Ausgabe, die nicht zu beanstanden ist“. Die Lektüre der beiden (in der Schweiz gedruckten) Broschüren hingegen erboste ihn so sehr, daß er sich postwendend an den Saarländischen Rundfunk wandte.

„Die beiden Broschüren“, teilte er den Rundfunk-Leuten mit, „gehen darauf aus, im Endeffekt jede Kirche zu brandmarken und zu verdammen . . . Es wimmelt darin nur so von versteckten Angriffen, insbesondere gegen die katholische Kirche, gegen den Papst, gegen die Sakramente, gegen die katholische Dogmatik und Sittenlehre . . . Dabei gestalten die Initiatoren die Radiosendung erbaulich, neutral und harmlos . . . Jeder Christ, der die Sendung hört, muß sie für eine kirchlich sanktionierte Einrichtung halten.“

Saarbrückens Rundfunk-Intendant Dr. Franz Mai ordnete prompt eine Untersuchung an, und die Rundfunk-Leute ließen sich die beiden Traktate „Gewißheit“ und „Friede und Sicherheit“ aus Urexweiler kommen. Die Überprüfung der Druckwerke versetzte ihnen einen Schock.

Die mit amerikanischen Geldern finanzierten Frankfurter Rundfunkmissionare hatten sich nämlich mit ihren Auftraggebern der Idee verschrieben, daß das Bibelwort allein seligmachend sei und ein Christ einer besonderen Religion nicht bedürfe: „Jesus Christus braucht keine Helfer, Vermittler oder Vertreter“, hieß es etwa in dem Buch „Gewißheit“. Oder in dem Band „Friede und Sicherheit“: „Man versucht es mit Religion, mit frommen Übungen, mit Vermittlern, Geldopfern und Selbstverleugnung. Das alles aber ist nicht der Weg, der zu Gott führt und rettet. Jesus Christus lebt, um Dich frei und umsonst zu empfangen.“

Und an einer anderen Stelle desselben Bandes: „Du kannst ärgerlich werden über die, die üppig auftreten oder mit prächtigen, goldstrotzenden Bildsäulen Umzüge halten — und das alles aus religiösen Gründen und im Namen Gottes, während Millionen ihrer Anhänger in Elend und Unwissenheit verkommen. Aber werde nicht ärgerlich über Jesus, denn Er ist freiwillig in einem armseligen Stall zur Welt gekommen und im Freien gestorben. Er hat nie etwas für Sich Selbst gefordert.“

Oder auch: „Du kannst ärgerlich werden über die, welche mitten in der Kirche Geschäfte machen und sich die Gnadengaben und Barmherzigkeiten Gottes bezahlen lassen! Aber werde nicht ärgerlich über Jesus . . . Er fand im Tempel die Verkäufer . . . und die Wechsler, die da saßen, und er machte eine Geißel aus Stricken und trieb sie alle zum Tempel hinaus . . . (Johannes 2, 14—16).“

Nach dem Studium der zweimal 96 Druckseiten waren sich Sendeleitung und Werbegesellschaft in Saarbrücken einig: Die „Stimme des Evangeliums“ verstummte. Sie wurde auf Anordnung des Intendanten Dr. Mai stillschweigend vom Programm des Senders Saarbrücken abgesetzt.

Vergeblich versuchten Emissäre der Bibel-Gesellschaft, den Intendanten umzustimmen und ihre Sendung zu neuem Leben zu erwecken. Sie erklärten sich sogar bereit, künftig nur noch Bibelausgaben und den Text der ausgestrahlten Rundfunksendung an Interessenten zu verschicken. Aber Franz Mai lehnte ab, „da die beiden Schriften den Bestand der beiden christlichen Kirchen in nicht unerheblicher Weise angreifen . . . und damit die religiösen Belange der Bevölkerung an der Saar nicht gewahrt sind“.