

**Zeitschrift:** Kinema  
**Herausgeber:** Schweizerischer Lichtspieltheater-Verband  
**Band:** 5 (1915)  
**Heft:** 49  
  
**Rubrik:** [Impressum]

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 06.02.2025

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





## Statutarisch anerkanntes obligator. Organ des „Verbandes der Interessenten im kinem. Gewerbe der Schweiz“

Organ reconue obligatoir de „l'Union des Intéressés de la branche cinématographique de la Suisse“

Druck und Verlag:

KARL GRAF  
Buch- und Akzidenzdruckerei  
Bülach-Zürich  
Telefonruf: Bülach Nr. 14

Erscheint jeden Samstag ◦ Parait le samedi

Abonnements:  
Schweiz - Suisse: 1 Jahr Fr. 12.—  
Ausland - Etranger  
1 Jahr - Un an - fcs. 15.—

Zahlungen nur an KARL GRAF, Bülach-Zürich.

Inseraten-Verwaltung für ganz Deutschland: AUG. BEIL, Stuttgart

Insertionspreise:

Die viergespaltene Petitzelle  
40 Rp. - Wiederholungen billiger  
la ligne - 40 Cent.

Zahlungen nur an SCHÄFER & CIE., Zürich I.

Annoncen-Regie:

E. SCHÄFER & CIE., Zürich I  
Annoncenexpedition  
Gerbergasse 5 (Neu-Seidenhof)  
Telefonruf: Zürich Nr. 9272

## Das Kinoproblem und das Theater.



Bezeichnend für die Lebensfähigkeit des Kinos ist die Tatsache, daß es viel besser als das eigentliche Theater — die Operette vielleicht ausgenommen — den Krieg übersteht; was wohl nicht nur auf die Kriegsfilme zurückzuführen ist. Das Kino ist eben für weite Volkskreise ein Kulturbedürfnis geworden. Es ist eine Macht, mit der Publizisten und Politiker rechnen müssen. Mit den billigen Redensarten, wie „kultureller Krebschaden“, „Filmhordelle“, und dergleichen mehr, ist es da nicht getan. Währenddessen wir von oben herunter über den brutalen „Perwenkizel“ schmälen, geht die Bewegung über uns hinweg. Hat man nicht lange Zeit gegen den übermäßig entwickelten Nachrichtendienst mancher Zeitungen oder auch gegen zeichnerische Illustrationen die härtesten Worte gebraucht. Verrohung war noch das mildeste, was man ihnen vorwarf. Aber jene kehrten sich nicht an jene Zeitungsästheten, zumal das Lesepublikum sich für sie entschied. Die in den Nachrichten liegende epigrammatische Kürze ist eine Forderung unserer schnelllebigen Zeit, in der es an Muße zum beschaulichen Genießen, zum wohlgedachten Aufnehmen fehlt. Ähnlich stehts auch mit dem Kino. Und dann bringt das Kino noch etwas mit sich: Es erfordert keine Vorbildung! Vielleicht ist das der Hauptgrund für die Bevorzugung des Kinos vor dem Theaterdrama, das sich immer mehr zum Seelendrama entwickelt und das zum völligen Darin-auf-

gehen eine gewisse Vorbereitung, eine gewisse „Stimmung“ bedarf, für die der im Lebenskampfe stehende Mann wenig Zeit übrig hat. Aber auch die Frau aus dem Volke versteht im Grunde wenig von den „Naturalisten“ oder von dem Stil der „Meininger“. Doch nichts kann die Bedeutung des Kinos besser illustrieren als wie Zahlen. Unter ihrer Wucht hat sich schon mancher beugen müssen.

Nach den Berichten der Fachpresse hatte zum Beispiel Deutschland (vor dem Kriege) 2900 Kinotheater (ohne die Wanderkinos und die sogenannten Sonntagsgeschäfte). Wenn man nun auch die angenommene Durchschnittsbesuchsziffer mit 480 Besuchern pro Tag (was bedeuten würde, daß in Deutschland täglich 1,392,000 Menschen ein Kino besuchen) als ein wenig zu hoch annehmen kann, so bleiben doch, selbst wenn wir sie um die Hälfte vermindern, ganz achtunggebende Zahlen für den Jahresdurchschnitt übrig. Es ist das Wesen der Kinoindustrie, international zu sein. Und als Ganzes betrachtet, hat sie sich zu einem bedeutenden wirtschaftlichen Faktor entwickelt. Sehen wir vom Apparatenbau ab, so verbleiben uns noch etwa 40 internationale Filmfabriken, deren wöchentliche Produktion ungefähr 2,370,000 Meter Film beträgt, was einem Verkaufswert von wöchentlich fast 3 Millionen Mark gleichkommt. Nun noch einige Zahlen über die Publikationskraft eines Films. Eine Positivkopie kann 30 Betriebswochen aushalten. Legt man die oben erwähnte Besucherzahl von 480 pro Tag zugrunde, so wird dieser eine Film während seiner Lebensdauer von insgesamt 100,800 Personen gesehen. Da aber von demselben Original in der Regel 65 Kopien im Umlauf sind (das sind keine willkürlichen Ziffern, sondern die Ergebnisse einer sachmännischen