

Zeitschrift: Der Filmberater
Herausgeber: Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 23 (1963)
Heft: 11

Rubrik: Was veranlasst das Publikum zum Kinobesuch?

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: 30.01.2025

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

Was veranlaßt das Publikum zum Kinobesuch?

Das allgemeine schweizerische Publikum¹

Empfehlung	40,6 %
Zeitungskritik	39,3 %
Inserat	18,9 %
Prolongation	15,5 %
Ausgehängte Bilder	12,6 %
Darsteller	42,1 %
Produktionsland	40,8 %
Sujet	40,2 %
Regisseur	20,5 %
Nichts besonderes	18,4 %

Gründe bei Jugendlichen²

Filmstars	25,2 %
Filmkritik	18,2 %
Empfehlung von Drittpersonen	17,2 %
Vorschau	15,4 %
Ausgehängte Bilder	13,9 %
Regisseur	6,1 %
Zeitungsreklame	4,0 %

Motiv und Anlaß des Filmbesuchs bei Studenten³

Unbestimmtes Bedürfnis	4,9 %
Gewohnheit	1,6 %
Anziehung des Kinos als solches	6,4 %
Vergessen	3,2 %
Träume	3,8 %
Sensation	3,5 %
Entspannung und Zerstreuung	25,6 %
Glücksgefühl	3,2 %
Allgemeines künstlerisches Interesse	25,0 %
Interesse am Film als besonderer Kunstgattung	21,5 %
Übrige	1,3 %

¹ Hans Müller, Der Film und sein Publikum in der Schweiz, Europa-Verlag, 1957. In der ganzen Schweiz wurden 730 Fragebogen ausgefüllt. Man konnte mehrere Gründe aufführen.

² Rita Rovina, Der Film im Blickfeld junger Walliser, 1959. Auf dem Platz Brig antworteten 605 Jugendliche bis zu 25 Jahren.

³ Stefan Bamberger, Studenten und Film, Walter-Verlag, 1958. Es konnten mehrere Antworten gegeben werden. Die Prozentzahlen beziehen sich auf 3271 Nennungen, die von 1256 Studenten stammen.

Filmreklame und Filmkritik

Gedanken zu einem aktuellen Thema

Die Stellungnahme eines Filmkritikers zu den Problemen der Filmreklame (also der bewußt forcierten Besuchssteigerung für irgendeinen Film irgendeiner Qualitätsstufe) wird heute stets im letzten dem Zwiegespräch zweier Partner gleichen, die — durch einen breiten, unüberbrückbar scheinenden Strom voneinander getrennt — nicht zusammenkommen, sich nur gleichsam auf Distanz zu verständigen vermögen. Grenzt man die Funktion der Filmreklame gegen jene der Filmkritik ab, so bleibt zu sagen, daß die Filmreklame (also die Werbung für einen Film mittels des Inserates, des Kinomagnetes, des Plakataushanges oder der Neonschrift am Theater selbst) einen eindeutigen Werbezweck im Dienste des Theaterbesitzers und des Verleihers erfüllt. Dem-