

Zeitschrift: Zoom : illustrierte Halbmonatsschrift für Film, Radio und Fernsehen
Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Fernseh- und Radioarbeit
Band: 24 (1972)
Heft: 18

Rubrik: Kurzfilm im Unterricht

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: 03.07.2025

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

den Kommunikation betroffen. Die Menschen sprechen verschiedene Sprachen, kommen aus verschiedenen sozialen Milieus. Dabei hat sich die «zarte Verzweigung», das Selbstmitleid von «Hasschisch», endgültig verbrannt. Dennoch nennt Soutter «James ou pas» einen ungesunden Film, weil man sich darin vom Leben abwendet. In «Les Arpenteurs» greift er nun aber zu dem, was er «die Mittel der Selbstverteidigung» nennt. Auch wenn es erneut Zufälle – ein Feuerzeug, ein Gemüsekorb, eine Brille – sind, die Begegnungen und Kontakte bestimmen, so zeigt der Film doch, dass es Momente jener «reinen, menschlich bewohn- und erlebbaren Beziehungen» gibt, in denen man Vertrauen in den anderen setzt und damit dem andern erlaubt, seine eigenen Barrieren und Masken abzubauen. Am Schluss des Films steht nicht mehr der so ernste und schwere

Bruch wie früher, von dem sich der Mensch möglicherweise nie mehr erholt («James ou pas»): Der Zornausbruch des Landvermessers, durch den hindurch Soutter die Räume zwischen den Menschen und ihre Gefühle abschreitet und vermisst, spiegelt nicht nur das Mass, in dem der «Arporteur» von seinem gewalttätigen Beruf geprägt ist, sondern – und vor allem – die Weigerung jeglichen Gefühls von Resignation oder Selbstmitleid. Auch das: eine Verletzbarkeit, die überspielt wird.

Soutters Filme sind Poesie, Musik: übereinanderliegende und sich kreuzende Stimmenfolgen und Hintergründe, Filme für hellhörige Ohren, für durchdringende Augen, für ein Sensorium, das erfasst, was hinter den Bildern, zwischen dem sparsamen und gescheiterten Dialog lebt.

Bruno Jaeggi

Vermerk: Realisation Peter von Gunten 1969 / Ende.

Gesichtspunkte zum Gespräch

Es geht um Fragen von Konsum und Werbung. Die Aussagekraft des Films beruht im schockartigen Einsatz des Vorspanns (schreiendes Kind) und dann in der kommentarlosen Zusammenstellung verschiedener Elemente: Bild (reich dekorierte Schaufenster), gesprochener Text (Werbe-Test einer Bank), und Musik (weihnachtliche Hausmusik). Um den potentiellen Käufer zum Kauf zu bewegen, wird die Ware so attraktiv wie möglich präsentiert. Wer die nötigen Mittel zum Kauf nicht besitzt, kann sie sich leicht verschaffen (Werbung der Kreditbank). Damit andere ihr Weihnachtsgeschäft machen können, muss die Bank Kredite zur Verfügung stellen. Die Bank ihrerseits ist für ihr Geschäft darauf angewiesen, dass der Konsum angeheizt wird. Zur Animierung der Kauflust trägt in vielen Geschäften (besonders vor Weihnachten) sanfte Lautsprechermusik bei (im Film karikiert durch dilettantisch gespielte Hausmusik). – Zum Vorspann: Warum schreit das Baby? Was fehlt ihm? Was braucht ein Baby? Grundbedürfnisse: Trinken, Essen, Schlafen, Wärme, Geborgensein, Liebe Glück... Wirksame Werbung appelliert an unsere Grundbedürfnisse und suggeriert uns (oft wider besseres Wissen), dass diese durch den angepriesenen Artikel zu stillen seien. Unsere Konsumgesellschaft lebt davon, dass Grundbedürfnisse unbefriedigt bleiben, mit anderen Worten: sie lebt vom schreienden Baby in uns. Dieser Umstand wird im Film angedeutet durch die in komplementärem Kontrast (grün) zum schreienden Baby (rot) stehende Überschrift: HAPPY-SWISS-Film-Production. Die Deutung kann auch von dieser Überschrift ausgehen: Glückliches Wohlstandsland Schweiz! Alles, was wir brauchen – das haben wir! Im Kontrast zu dieser Fiktion: Das Baby schreit und schreit. Es schreit noch immer. Es schreit erst recht. Warum bleiben viele in unserer Wohlstandsgesellschaft (trotz ihr oder wegen ihr) so unbefriedigt? (z. B. «ausgefippte» Jugendliche, «grüne Witwen»)? Wo liegen die Ursachen für chronischen Wohlstandsalkoholismus oder Drogenabhängigkeit? – «Alles was Sie brauchen...». Der Titel ist blau (Farbe der Sehnsucht). Was wir wirklich brauchen, liegt nicht im Bereich dessen, was Kreditbank und Weihnachtsauslagen anzubieten haben, sondern im Bereich der Sehnsucht. In diesem Sinne liesse sich der Titel ergänzen nach dem bekannten Song der Beatles: «All you need is love».

Didaktische Leistung

Der Film ist geeignet, Gespräche über Fragen von «Konsum» und «Werbung» auszulösen, bzw. zur Vertiefung solcher Gespräche anzuregen. Als provokativ auslösende, bzw. zum Nachdenken anregende Momente wirken vor allem die Gegenüberstellung von Vorspann und

KURZFILM IM UNTERRICHT

Alles was Sie brauchen

- G: Dokumentarfilm mit konsumkritischer Tendenz
 F: Farbe, 8 Minuten, 16 mm, Magnetton (vorgelesener Text, gleichzeitig Musik)
 P: Peter von Gunten 1969 (Ausschnitt aus dem Film «Mein persönlicher Beitrag zur Aktion Gesundes Volk»)
 R: Peter von Gunten
 B: Peter von Gunten
 V: ZOOM, Dübendorf

Kurzcharakteristik

Nach einem die Tendenz des Films deutlich anmeldenden Vorspann sehen wir eine Kamerafahrt entlang von weihnachtlich dekorierten Schaufenstern. Dazu wird der Text eines Tests zur Prüfung der Kreditwürdigkeit vorgelesen (Inserat oder Prospekt einer Bank?). Gleichzeitig erklingt (dilettantisch gespielt) weihnachtliche Hausmusik.

Detailanalyse

Der Vorspann zeigt ein sitzendes Baby, rot angestrahlt, auf dunklem Hintergrund. Es schreit heftig. Über dem Baby wölben sich im Halbbogen in grüner Schrift die Worte HAPPY-SWISS-FILM-PRODUCTION. Unter dem Baby steht in weisser Schrift: ...PRESENTS... (Anspielung auf den Vorspann der Metro-Goldwyn-Mayer-Filme

mit dem brüllenden Löwen). Darauf folgt in blauer Schrift auf dunklem Hintergrund der Titel. – Nun beginnt die Kamerafahrt den Schaufenstern entlang, während von einer weiblichen Stimme der Text vorgelesen wird. Man beachte am Anfang die Anspielung auf den Titel des Films: «Alles, was Sie brauchen, ist – ein Bleistift». Die Musik (langsame Sonatensätze von Vivaldi(?)), gespielt von Violine und Klavier) setzt ein bei den Worten: «Notieren Sie jeden Punkt, den Sie sich gutschreiben können». – Der Reihe nach sieht man folgende, weihnachtlich dekorierte Schaufensterauslagen der Berner Spitalgasse: ABM (Pullover, Jacken, Skis, Schlafsäcke, Haushaltgegenstände) – Fein-Kaller (Herrenkleidung) – Bijouterie – Schuhgeschäft (Stiefel, Reklametafel: «ECHT LAMMFELL, herrlich warm») – verschiedene Globus-Schaufenster (Spiegel, Kerzenständer / Servietten, Tischtücher etc. / Damennachthemden, Kosmetika usw. / Lederwaren, Skis / Damenbekleidung / Artikel für den Wintersport) – Schuhgeschäft – Sportgeschäft – Warenhaus (Kerzenständer, Porzellan etc., Reklametafel: «Geschenke aus der guten neuen Zeit») – Herrenbekleidung. – Während es draussen dunkel ist, sind die Schaufenster in ihrer Farbenpracht und ihrem Glitzerglanz hell erleuchtet. – Zum Schluss erscheint (wieder in blauer Schrift auf dunklem Hintergrund) der

Hauptteil und der parallele Ablauf von Bild, gesprochenem Text und Musik im Hauptteil.

Einsatzmöglichkeiten

Der Film kann eingesetzt werden in Konfirmandenunterricht und Erwachsenenbildung im Zusammenhang mit Themen wie: Was wir alles «brauchen» (Konsum), oder: Was Kinder vor allem brauchen – Ursachen von Drogenabhängigkeit – Unser Verhältnis zur Werbung (sind wir frei? – werden wir «manipuliert»?) – Methoden der Werbung. – Der Film eignet sich besonders für Veranstaltungen in der Vorweihnachtszeit.

Methodische Hinweise

In Veranstaltungen in der Vorweihnachtszeit lässt sich der Film kombinieren mit «Der Stern von Bethlehem» («Alles was Sie brauchen – Weihnacht als Geschäft / «Der Stern von Bethlehem» – Weihnacht als Gefühlsromantik) oder mit «Weihnacht» und «Der Stern von Bethlehem» (je nach Reihenfolge bewirkt die Kombination der drei Filme ein mehr oder weniger starkes Überwiegen der kritischen Aspekte.) Mögliche Startfragen zum Gespräch über «Alles was Sie brauchen...» Der Film ist ein Ausschnitt aus dem grösseren Werk «Mein persönlicher Beitrag zur Aktion Gesundes Volk». Der Autor scheint der Meinung zu sein, an dem, was er zeige, sei etwas «ungesund». Was ist daran «ungesund»? – In welchem Verhältnis stehen im Film Ton und Bild? – Was hat das schreiende Baby im Vorspann mit dem nachher Gezeigten zu tun? Wir haben den Film im Konfirmandenunterricht eingesetzt als Teil einer Doppellektion zum Thema «Werbung». Es erwies sich als vorteilhaft, den Film nicht am Anfang zu zeigen (er vermag für sich genommen kaum für die Beschäftigung mit dem Thema zu motivieren), sondern erst nach einigen Untersuchungen (Gruppenarbeit) von Werbemethoden anhand konkreter Beispiele (ausgewählte Inserate). Der Film diene dann als Impuls zu einem Gespräch darüber, inwiefern Werbung an Grundbedürfnisse appelliert. (Startfrage: Was bedeutet das schreiende Baby? – Wenn keine Antwort: Warum schreit das Baby?). Die vorher in Gruppen untersuchten Inserate wurden dann noch einmal unter diesem Gesichtspunkt besprochen (Dias). – Wird bei der Auswertung des Films vor allem auf dem Vorspann Bezug genommen, kann die Vorführung schon kurz nach Beginn der Kamerafahrt abgebrochen werden. Die Spieldauer lässt sich so auf etwa 3 Minuten reduzieren. Der vom Autor beabsichtigte, aber für die Auslösung eines Gesprächs mit Jugendlichen kaum erwünschte Effekt der Langeweile lässt sich so vermeiden.

Das Thema «Werbung» sollte wenn möglich nicht isoliert behandelt werden, sondern als Teil einer Unterrichtseinheit zur Thematik von «Abhängigkeit und Freiheit». In einigen Klassen hat sich folgendes Programm nicht schlecht be-

währt: «Eltern und Kinder» (Arbeit mit Photos) – gemeinsamer Abend mit Eltern (mit «Happy Birthday» von M.Imhof) – Ursachen von Drogenkonsum und Drogenabhängigkeit (Vortrag eines Psychiaters oder Jugendberaters mit Aussprache) – Ursachen und Folgen des Alkoholismus (Vortrag eines Alkoholfürsorgers mit den Filmen «Prosit» und «Freund Alkohol») – (Werbung für Alkoholika als Verführung für Alkoholiker) – Als Abschluss (anknüpfend an das schreiende Baby und den Titel

«Alles was Sie brauchen»): Besprechung einer Photomontage auf einem Prospekt der landeskirchlichen Diakonissenhäuser (durch den Text von 1.Kor.13 hindurch schaut uns ein schreiendes Baby an), Lesen und Besprechen von 1.Kor.13, Hören des Songs «All you need is love» (Beatles). – Von uns nicht erprobt, aber sehr gut denkbar ist eine Kombination des Films mit dem Dreiminuten-Film «La course au bonheur» von Henry Brandt.

Erich Gerecke und Peter Lange

SPIELFILM IM FERNSEHEN

30. September, 20.15 Uhr, ZDF

Elephant Walk

Der deutsch-amerikanische Regisseur William Dieterle (Jahrgang 1893), der für eine Reihe von erfolgreichen Grossfilmen Hollywoods verantwortlich zeichnet, drehte «Elephant Walk» («Elefantenpfad», 1953), nach der Novelle von Robert Standish an Originalschauplätzen auf Ceylon. Der Aufwand der Produktion, die sich über zwei Jahre hinzog, machte Anfang der fünfziger Jahre Schlagzeilen. Unter anderem wurde für die Innenaufnahmen und die Schlusszenen der 18-Zimmer-Bungalow im Studio nachgebaut und schliesslich 26 indische Elefanten aus allen nordamerikanischen zoologischen Gärten zu seiner Zerstörung ans Werk gesetzt. 1953 war «Elefantenpfad», einer der teuersten Filme der Zeit, endlich fertig. Die weibliche Hauptrolle spielt Elizabeth Taylor. Dana Andrews, der den Dick Carver verkörpert, war vor allem durch «Die besten Jahre unseres Lebens» (1946) bekanntgeworden. Der Engländer Peter Finch (alias John Wiley) hingegen gehörte damals noch zu den neuen Gesichtern des internationalen Films.

1. Oktober, 20.15 Uhr, DSF

Babette s'en va-t-en guerre

Christian-Jaque, einst Gatte von Martine Carol, die inzwischen gestorben ist, gehört zur Garde der alten Routiniers des französischen Films. Aus seiner Hand stammen erfolgreiche Werke wie «La

symphonie fantastique», «Boule de suif» und «Fanfan-la-Tulipe». Er hat ernsthafte Dramen wie «D'hommes à hommes» geschaffen, aber auch künstlerisch und geistig Leichtgeschürztes wie «Lucrèce Borgia» und «Madame Dubarry». In seine Komödienproduktion gehört «Babette s'en va-t-en guerre» («Babette zieht in den Krieg», 1959), eine nicht ganz ernst zu nehmende Geschichte aus dem Zweiten Weltkrieg, in der Christian-Jaque zweierlei ausleben konnte – seinen Spass an der Schelmerei und seine Freude an schöner Weiblichkeit. In dem ebenso ironischen wie abenteuerlichen Lustspiel agiert Brigitte Bardot, damals noch in ihrer Jugendblüte, als naiv-muntere französische Patriotin, die beim Einmarsch der Deutschen in Frankreich nach England verschlagen wird. Dort entdeckt ein englischer Major des Geheimdienstes, dass sich Babette dank gewissen Qualitäten als Superagentin besonders eignen würde – eingesetzt aufs deutsche Hauptquartier in Paris. Gedacht, getan: Nach mancherlei Abenteuern bringt es das kesse Persönchen zustande, unter angemessener Assistenz eines verliebten Leutnants einen richtigen General zu entführen.

2. Oktober, 21.00 Uhr, ZDF

Cry Terror

Wiedersehen mit Stummfilmstar Mae Marsh

In seiner Kriminalfilm-Reihe sendet das ZDF den amerikanischen Spielfilm «Cry Terror» («In brutalen Händen», 1958) von Andrew L. Stone. Ein Mensch auf der Flucht. Sein einziger Ausweg ist der Schacht eines Fahrstuhls. Da setzt sich der Lift in Bewegung, fährt wider Erwar-