

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 39 (1987)
Heft: 22

Artikel: Kultursponsoring : noch eine Replik
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-932003>

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: 13.05.2025

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

Kultursponsoring: noch eine Replik

war seine Stummheit verbunden. Bezeichnenderweise sind die ersten Worte, die er spricht (in «Modern Times», 1936) lediglich Kauderwelsch: La spinach or la tuko, Cigaretto, tot torlo, E rusho spaga letto, Je le tu le le twaa...

Während Chaplin der Sprache lange misstraute, schöpften andere Komiker aus dem Vollen. Die Sprache, ihre Doppeldeutigkeit bildete eine wesentliche Voraussetzung für die Entfaltung der Marx Brothers: Wortwitz, Wortspielereien, Verdrehungen bis hin zu dadaistischen Nonsense-Texten. Gleichsam wie ein Relikt aus der Stummfilmzeit wirkt die Figur des Harpo, der zwar nie ein Wort spricht, sich aber dennoch auszudrücken weiss, mit allerlei Geräuschinstrumenten und notfalls äusserst handgreiflich.

Mit dem durch die technologische Innovation ausgelösten ökonomischen Boom gelang es der Filmindustrie auch, die Weltwirtschaftskrise Ende der zwanziger Jahre weitgehend aufzufangen, auch wenn natürlich Tausende von Musikern, die von den Kinos angestellt waren, um die Stummfilme zu begleiten, arbeitslos wurden. Die Stummfilme selbst hatten es in der Folge schwer, weil sich die Publikumserwartungen geändert hatten. Nur einige wenige Klassiker «überlebten», es waren diejenigen, die auch heute noch bisweilen zu sehen sind. Über den grossen Teil von ihnen senkte sich aber der Schleier der Vergessenheit. ■

Leider habe ich die Diskussion um private, wirtschaftliche und industrielle Kulturförderung nicht mitverfolgt. Erst die Replik von Kurt Gloor im ZOOM Nr. 17/87 hat mich aufgeschreckt. Ich will sie nicht unangefochten stehen lassen, auf die Gefahr hin, dass ich frühere Argumente wiederhole. Kann denn ein bestandener Schweizer Regisseur so gutgläubig sein, dass er meint, irgendein kommerzielles Unternehmen mache ihm oder seinen Werken ein Geschenk, einfach so, aus Grossherzigkeit? Glaubt Kurt Gloor, dass ein Wirtschaftsboss Filme unterstützt, ohne eine Gegenleistung dafür zu erwarten oder mindestens mitreden zu können? Den gespendeten Betrag an den Steuern abziehen und sich mit Mäzenatentum brüsten – das allein genügt einem modernen Geschäftsmann nicht mehr, geschweige denn einem Grossbetrieb.

Gewiss, es ist peinlich, für jeden Film auf die Gunst von SRG und Eidg. Departement des Innern (EDI) angewiesen zu sein, aber es ist das kleinere Übel als die Bettelei in Wirtschaftskreisen. Ich jedenfalls lasse mir lieber von Sachverständigen dreinreden, von Kommissionsmitgliedern und Redaktoren, als von Ökonomen. Es ist zwar möglich, dass ein Manager

mehr von Film und Kunst versteht als ein Stiftungsrat, aber er setzt zwangsläufig andere Kriterien. Er will sein Geld nutzbringend investieren, sein Produkt, seinen Namen vielfältig anbringen, während ein Begutachtungsausschuss sich mindestens um Qualität bemüht.

Im Gegensatz zu Kurt Gloor gelingt es mir als Produzent nicht, frühzeitig abzuschätzen, welche Projekte vor der scheinbar unberechenbaren Kommission des Bundes Gnade finden werden und welche nicht. Aber ich weiss, dass die Selbstzensur viel grösser ist, wenn ich auf Geld von Privaten hoffe. Da brauche ich experimentelle Ideen, wenig publikumsorientierte, gar nicht erst ausbrüten zu lassen. Hat man endlich das Geld für ein Projekt beisammen, dann wird man von den Kulturförderern in Ruhe gelassen. Man kann sich der Arbeit widmen, ohne ständig daran denken zu müssen, dass die Geldgeber befriedigt sein wollen, dass ihr Produkt gut sichtbar in der Hand des Schauspielers liegt, dass die vereinbarten Sekunden eingehalten werden.

Ja, ich rede jetzt von *Product Placement*, denn anderes, weniger aufdringliches Kultursponsoring ist mir nicht bekannt. (Als einzige löbliche Ausnahme fällt mir die Migros ein.) Den Sponsor, den wohlwollenden, diskreten, kurzentschlossenen, wie ihn Kurt Gloor beschreibt, möchte ich gerne kennenlernen. Ich vermute – wenn es ihn wirklich gibt – er sei nicht sehr finanzkräftig. Eine Bank oder Versicherung jedenfalls kann er nicht meinen. Diese nämlich sind steinharte Geschäftspartner. Zwar haben die meisten eine hauseigene Jubiläumstiftung, die ihr Image steuerbefreit aufmöbeln soll. Doch davon ist wenig zu holen, und nur, wenn der Autor ungefährlich und einigermaßen renommiert oder

etabliert ist, und bereit dazu, seinen Kopf für einen Werbefeldzug durch die Presse herzuhalten. (So kürzlich bei uns passiert für einen Betrag von Fr. 5000.–, entsprechend 0,8 Prozent des Gesamtbudgets.) Erreicht ein Bankenbeitrag jedoch eine Höhe, die für die Realisierung eines Films entscheidend ist, dann kommen die Auflagen.

KURZ NOTIERT

SRG-Budget: ausserordentliche Mehrausgaben

srg. Der Zentralvorstand der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) hat dem Voranschlag für das Jahr 1988 zuhanden der Delegiertenversammlung zugestimmt. Die Neuregelung der Beziehungen zwischen SRG und PTT (Übernahme der Studioeinrichtungen durch die SRG) sowie die Revision der Statuten der Eidg. Versicherungskasse, die auf den 1. Januar 1988 in Kraft treten wird, ziehen ausserordentliche Mehrausgaben nach sich. Der Ausbau der Programmleistungen beansprucht ebenfalls zusätzliche Mittel (u. a. Verlegung der Tagesschau nach Comano, Ausbau des regionalen Korrespondentennetzes). Diese Mehraufwendungen sind durch die Gebührenerhöhung und den neuen Verteilungsschlüssel SRG/PTT nicht gänzlich abgedeckt. Bei Gesamterträgen von 731,8 Millionen Franken und einem Gesamtaufwand von 737,4 Millionen Franken resultiert ein Aufwandüberschuss von 5,6 Millionen Franken; das Defizit wird aus der Betriebsreserve gedeckt werden, die Ende 1987 noch rund 102 Millionen Franken betragen wird. ■

Braucht es dazu tatsächlich Beweise, Kurt Gloor? Dann besuchen Sie bitte das Montreux Jazz Festival, wo Kommerz und Kultur nicht mehr auseinanderzuhalten sind. Auch in Willisau beginnt das Sponsoring störend einzufließen, doch dort wehrte sich das Publikum wenigstens noch gegen die «kulturfreundliche» Grossbank. Aber bleiben wir in der Filmbranche: Ich brauche nicht zu erwähnen, welche Bank das Filmfestival von Locarno sponsert. Ihr Schriftzug ist allgegenwärtig. Oder ein Beispiel aus dem Ausland: Die mehrmalige und aufässige Präsenz der «Banco di Napoli» hat dem Film «Macaroni» von Ettore Scola schlechte Dienste erwiesen. Und wenn ich mir zum Schluss das utopische Beispiel, das sie in Ihrem Artikel nennen, durch den Kopf gehen lasse: Mich würde es enorm stören, wenn Kurt Felix' «Super-treffer» von einer Unfallversicherung bezahlt würde. Ich zahle nämlich meine Prämien, um gegen Unfall versichert zu sein, nicht um eine idiotische Art der Gewinnabschöpfung zu ermöglichen.

Nein, mir sind «abgespeckte» Filme lieber. Das Fleisch an den Knochen eines James Bond mag unterhaltend sein; aber dann braucht es gleich soviel davon, dass wir Schweizer ohnehin nicht mithalten können. «Fleisch» muss für unsere Verhältnisse nicht «Geld» heissen, sondern kann mit «Geist», «Witz», «Einfallreichtum» oder «Aufrichtigkeit» übersetzt werden. Viele fette Filme, die ohne Sponsoring nicht zustande gekommen wären, können mir gestohlen bleiben. Aber viele knochige Filme, die nur dank EDI oder SRG entstanden sind, möchte ich nicht missen. Sponsoring hätte sie vermutlich kaputtgemacht.

Res Balzli,
Filmproduzent, Nidau

Film im Kino

Antonio Gattoni

I've Heard the Mermaids Singing

Kanada 1987.
Regie: Patricia Rozema
(Vorspannangaben
s. Kurzbesprechung 87/343)

Von Meerjungfern ist die Rede. T. S. Eliot beschwört sie in einer Zeile seines Gedichts «The Love Song of J. Alfred Prufrock». Die Kanadierin Patricia Rozema hörte wahrscheinlich selbst die Nixen singen, als sie in Cannes vom Publikum mit stehenden Ovationen bedacht wurde. Ihr Erstlingswerk, ein poetisches Märchen, bezauberte die Gemüter der Zuschauer. Und wirklich. Selten kam mir in letzter Zeit ein so pffiger, ideenreicher und erquicklicher Film vor die Augen.

Mit viel Charme und feinem Gespür für absurde Situationskomik führt uns Rozema in die rosa Welt der naiv-linkischen Träumerin Polly (hervorragend gespielt von Sheila McCarthy), einer Person, der man ausserhalb des Kinos nur ein mitleidiges Lächeln entgegenbringen würde. Die Meerjungfern des Films singen jedoch nur für sie. Ein Vorrecht, das nicht einmal der grosse Dichter T. S. Eliot für sich beanspruchen konnte, denn in seinem Gedicht heisst es weiter: «But I don't think they will sing to me». Polly erzählt ihre Geschichte gleich selbst. Mit verschmitzten Mandelaugen und zerzaustem Haar sitzt sie einer Videokamera gegenüber.