

# Bandbreite dank Breitband?

Autor(en): **Bodmer, Michel**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Film : die Schweizer Kinozeitschrift**

Band (Jahr): **52 (2000)**

Heft 4

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-932706>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Bandbreite dank Breitband?

Die Independent-Filmer hoffen, dank Breitband-Technik ihre Filme bald übers Internet vertreiben zu können. Doch das Web birgt neben Freiheiten auch Fussangeln.

## Michel Bodmer

«Sundance Goes Digital!» lautete heuer die Devise des wichtigsten amerikanischen Independent-Festivals. Digi-Video als billiges, Indie-freundliches Produktionsmittel erhielt Sundance-Weihen, indem erstmals zwei auf Video gedrehte Filme in den Wettbewerb aufgenommen wurden: «Chuck and Buck» von Miguel Arteta und «Everything Put Together» von Marc Forster (vgl. Porträt Seite 10). Ausschlaggebend war für Festivaldirektor Geoff Gilmore, dass er für digitale Produktionen inzwischen eine qualitativ hochstehende HDTV-Projektion anbieten konnte. Aus Angst, die kino-orientierten Verleiher würden sich vom Fehlen einer Filmkopie abschrecken lassen, liessen jedoch die Produzenten in beiden Fällen ihr Video-Werk auf 35mm-Film kopieren, von der Schweizer Firma Swiss Effects, die im US-Independent-Sektor hoch angesehen ist.

## Filmvertrieb übers Web

Wahre Euphorie herrschte in Park City denn auch über die Verheissungen des Internet, was den Vertrieb von Filmen angeht – für Independent-Cineasten heute der grössere Stolperstein als die Finanzierung der Produktion. Teure Marketingkosten und mit Hollywood-Ware verstopfte Kinos sind schuld, dass nur ein winziger Bruchteil des enormen unabhängigen Filmschaffens auf eine Leinwand gelangt. Und so wurden am Festival die hierzulande kritisch beäugten Fusionen von AOL mit Time Warner bzw. Vodafone (Vivendi/UGC/Canal Plus) mit Mannesmann in der Indie-Szene begeistert begrüsst, da sie den Weg der Filmmacher ins Internet zu ebnen scheinen: Inhaltsproduzenten und Kommunikationskonzerne sollen nun gemeinsam dafür sorgen, dass das TV-Kabelnetz schon in wenigen Jahren für den weltweiten Zugriff aufs Internet genutzt werden kann. Dann nämlich sollte es möglich sein, auch Billigstfilme via *video streaming* auf Abruf in TV-Qualität zugänglich zu machen, so dass ein Independent-Filmer sein Publikum erreichen kann, ohne sich

mit dem komplizierten Verleihgeschäft herumzuplagen. Das Ergebnis wäre eine vielfältige Filmlandschaft, die abseits der kommerziell orientierten Kinos und Videotheken die ganze Bandbreite heutiger Cineasten aus aller Welt zur Geltung brächte.

## Vorreiter «Blair Witch»

Die Idee ist verlockend und nicht völlig utopisch. «The Blair Witch Project» machte vor, wie man mit einem billigen Internet-Auftritt eine enorme Marketing-Wirkung erreichen kann. Bertelsmann und Kirch glauben an diese Zukunft und unternehmen Schritte, um das Netz für sich zu erschliessen und mit Inhalten zu beliefern; in der Schweiz wurde aufgrund ähnlicher Überlegungen unlängst die Cablecom zu einem Schwindel erregenden Preis verkauft.

Steven Spielbergs «pop.com»: dem-nächst

▼ «sightsound.com» Der erste grosse «Netcaster»

Ganz ohne Tücken ist die Ausstrahlung über das Internet – «Netcasting» genannt – freilich nicht. Wie etwa der Anwalt Mark Litwak in der Zeitschrift «MovieMaker» (Jan/Feb 2000) ausführt, stellen sich dabei allerhand Fragen: Internet-Rechte können kaum noch nach Territorien verkauft werden, da das Netz alle Grenzen unterläuft; ein Verleiher müsste also stets kostspielige Web-Weltrechte erwerben. Die Globalisierung des Vertriebs wirft zudem Zensurprobleme auf: Wenn ein Film irgendwo abgerufen werden kann, setzt er sich bzw. seinen Rechteinhaber den Zensurgesetzen repressiver Staaten aus. Auch Urheberrechte werden von Land zu Land verschieden gehandhabt – welches gilt im Streitfall? Wo passt die Auswertung per Internet in die traditionelle Rechtekaskade Kino/Video/Pay-TV/Fernsehen hinein? Und wie sollen die Tantiemen berechnet und zwischen Provider und Rechteinhaber aufgeteilt werden?

Erste Versuche machen auch nicht gerade Mut: Die 30-tägige Internet-Auswertung von Darren Aronofskys Kultfilm «π» durch sightsound.com erreichte jedenfalls schlappe 100 Surfer. Vor dem Silberstreif eines unabhängigen Vertriebs für unabhängige Filme hängen somit fürs erste noch einige düstere Wolken.

