

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 39 (1987)
Heft: 2

Artikel: Abhängigkeit der Schweizer Anbieter
Autor: Stangl, Roland
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-931936>

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: 17.03.2025

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

Roland Stangl

Abhängigkeit der Schweizer Anbieter

Insgesamt 16 Video-Vertriebsfirmen repräsentieren in der deutschsprachigen Schweiz rund 70 Video-Labels (Anbietermarken). Den Markt in der französischen Schweiz teilen sich zehn Firmen mit 31 Labels auf. Der Detailhandels-Umsatz mit fabrikbespielten Videokassetten beläuft sich in der Schweiz zur Zeit in der Grössenordnung von 40 Mio Franken. Der durch die Video-Piraterie verursachte Schaden wird auf ungefähr vier Millionen Franken geschätzt. Dabei unterscheidet man zwischen «Grau-Import» und «Schwarz-Import» (siehe Kästen). 1986 wurden insgesamt 4,5 Mio bespielte Videokassetten von Konsumenten in den rund 800 Videoverleih- und Verkaufsstellen gemietet. 350 davon können als eigentliche Fachvideotheken bezeichnet werden. Der Rest, vorwiegend Radio- und Fernsehgeschäfte, Tankstellen und Kioske, betreibt das Geschäft als Zusatz- oder Nebenerwerb.

Mit Ausnahme einer handvoll eigenständiger Schweizer Video-Labels werden alle fabrikbespielten Videokassetten fertig und verkaufsgerecht verpackt aus dem benachbarten Deutschland oder Frankreich importiert.

Was die Label-Politik betrifft geriet die sogenannte Videosoftware-Branche in der Schweiz wieder stark in Bewegung. Die Videophon AG in Baar, bisher Marktführer mit potenten amerikanischen Labels wie RCA, Warner-Home Video und Embassy, hat das umsatzstärkste Label, nämlich Warner Home Video, abtreten müssen.

Um den Bedürfnissen der schnell wachsenden Video-Industrie noch besser entsprechen zu können (Zitat aus dem Presseinformation), hat sich Warner Brothers entschlossen, die beiden verwandten Zweige Kino und Video unter einem Dach zu vereinen. Am selben Domizil wie der Kinofilm-Verleiher Warner Brothers Film in Zürich, aber als eigenständige juristische Firma, ist die Warner Home Video AG seit anfang Dezember 1986 in eigener Regie aktiv. Nur die Auslieferung an den Fachhandel erfolgt weiterhin durch den bewährten Vertrieb der Videophon AG.

Die Videophon hat zwischenzeitlich von der Liquidation der VIHAG in Baden/Dättwil profitiert und hat quasi als Ersatz die Label MGM, Euro-Video (Bavaria) und Select in den Vertrieb übernommen. CBS-Fox, ein weiteres interessantes Mayor-Label aus dem VIHAG-Sortiment, wird von der neugegründeten Firma Vide-O-tronic in Dietlikon vertreten.

Ein echt eigenständiges Schweizer Video-Label ist Stella-Video, das nach dem Erwerb der Lizenzrechte für Video Verwertung von der Massenkopierung bis hin zum Cover (Kassettenhülle) alles in der Schweiz

produziert. Dahinter verbirgt sich die Zürcher Filmholding Stella-Film AG mit Martin Hellstern als Produzent, Kinoverleiher (Rialto-Film) und Besitzer zahlreicher Kinos. Neueren Datums ist bekanntlich auch Roger Schawinski mit 50 Prozent an der Zürcher Stella-Film AG beteiligt. Die auf den 1. April geplante Kooperation der Stella-Film AG mit der Cannon-Gruppe (dem erfolgreichen Gespann Golan/Globus, die ihrerseits kürzlich den hochkarätigen Filmfundus von Thorn EMI aufkauften und unter dem Label Cannon Screen eigene Produktionen verscherbeln) garantiert der Schweizer Videoverleihfirma genügend Stoff für die nächsten Jahre. Im Vertrieb der Stella-Video AG ist noch das Label Ascot-Video, mit Lizenzen vom bekannten Schweizer Filmproduzenten Erwin Dietrich. Ein künf-

Import-«Arten» bespielter Videokassetten in die Schweiz

Weisser (= legaler) Import

Die Verleih- und Vorführrechte sind vom Rechtsinhaber erteilt und vom Nutzer abgegolten. Der Importeur respektive Videothekar hat die notwendigen Nutzungs- und Verwendungsrechte vom Video-Grosshändler legal erworben.

Grauer Import

Bei diesen Videokassetten bestehen für das Ausland ordentliche Lizenzrechte, jedoch keine Vertriebsrechte für die Schweiz; damit werden die Vertriebsrechte des Schweizer Anbieters verletzt.

Schwarzer Import

Form der Videopiraterie; meist sind es Videofilme, die in der Schweiz auf dem Markt (noch) nicht erhältlich sind. Eine andere Piraterieform ist die Herstellung illegaler Kopien und anschließende Vermietung oder Verkauf an Kunden durch den Videothekar selbst.

(aus «Medien und Recht», Sonderheft Video)

Association regroupant les principaux importateurs de vidéocassettes



ALLIANCE-VIDEO SA
Genève
Tél. 022/34 39 20



DISQUES OFFICE SA
Fribourg
Tél. 037/24 62 61



EDICOURS SA
Fribourg
Tél. 037/24 03 41



SHAPIRO ENTERTAINMENT



INTER MEDIA VIDEO
Genève
Tél. 022/46 95 32

INTER MEDIA VIDEO



LEMAN VIDEO SA
Fribourg
Tél. 037/24 62 61



PARVIDEO SA
Genève
Tél. 022/47 12 18



VIDEOPHON AG
Baar
Tél. 042/33 22 88



VIDEOPLUS SA
Genève
Tél. 022/34 39 20



STELLA-VIDEO AG
Zurich
Tél. 01/55 55 80



WARNER HOME VIDEO
Zurich
Tél. 01/221 36 89



WARNER HOME VIDEO

tig gewichtiges Video-Label, das seit Januar dieses Jahres ebenfalls über die Stella-Video Vertriebschiene in den Handel gelangt, ist «Vestron». Mit dieser Potenz im Rücken wird die Stella-Video AG sicher eine marktführende Stellung im Schweizer Video-Markt der nächsten Jahre einnehmen.

In Kooperation mit dem Fernsehen DRS ist das Label *BBH Video* zu erwähnen. Es handelt sich dabei fast ausschliesslich um sogenannte Kaufkassetten, um Spezial-Programme also, die das Fernsehen schon einmal ausgestrahlt hat und die quasi zur Zweitauswertung auf Videokassetten angeboten werden.

Eine nicht gerade transparente Rolle in bezug auf die Besitzverhältnisse nimmt die Winterthurer Firma *Home Movies AG* ein. Neben einigen weniger bedeutenden deutschen Video-Labels im Vertrieb, erwirbt die Home-Movies unter dem Label *Highlight Video* auch selber Lizenzrechte für die Video-Verwertung. Rund 60 Titel, mehrheitlich sogenannte B-Titel, sind bis heute im Angebot. Am selben Domizil und mit gleicher Geschäftsführung, aber nach aussen juristisch eigenständig ist der *Delta-Video Vertrieb*, die drei bekannte deutsche Video-Labels (VMP, Starlight, Gloria) im Angebot führt.

Video-Vertriebsfirmen für die Westschweiz.

Von den erwähnten Ausnahmen abgesehen, ist der Markt mit bespielten Videokassetten in der Schweiz vom Angebot der beiden grossen Nachbarn Deutschland und Frankreich abhängig. Im Gegensatz zur BRD werden allerdings die mitunter wild treibenden Softwareblüten in der Schweiz kaum durch gesetzliche Massnahmen (vgl. ZOOM 7/86) zurückgebunden oder gar geschnitten. Die 1121 Titel, die beispielsweise in Deutschland mit Rücksicht auf den Jugendschutz auf den Vi-

Videovertriebsfirmen in der deutschen Schweiz

Vertriebsfirmen	Filmmarke	Anzahl Titel	Vertriebsfirmen	Filmmarke	Anzahl Titel		
Videophon AG Bahnhofplatz 9 6340 Baar Telefon 042 332288	RCA/Columbia	270	Theo Beeli AG Hofackerstrasse 13 8029 Zürich Telefon 01 534242	Marketing-Video	65		
	Polygram	260		Electric Blue	21		
	Euro-Video	200		Delphin Video AG Postfach Alb. Zwyszig-Strasse 49 5430 Wettingen Telefon 056 27 17 44/45	All Video Programm	7	
	MGM Video	160			IHV-Int. Home-Video	30	
	Embassy-Video	90			Geisselsteig	25	
	Select Video	40			CTS	5	
	Highlight (franz.)	25			Sunrise-Video	20	
	Les Editions Impérial	2			Aktuell-Video	10	
Warner Home Video AG Nüscherstrasse 31 8001 Zürich	Warner Home Video	350	Komplett-Video		80		
			Home Movies AG Römerstrasse 37 8401 Winterthur Telefon 052 27 47 21	Highlight-Video	50		
Usa-Video	78						
Pacific-Video	25						
Inter-Media-Video	3						
Mike-Hunter-Video	260						
Video-O-tronic Neue Winterthurerstrasse 15 8305 Dietlikon Telefon 01 8335484	CBS/Fox	80	Delta Video Vertrieb Römerstrasse 37 8401 Winterthur Telefon 052 27 47 21	Starlight-Video	74		
	Walt Disney	100		Gloria-Video	25		
Parvideo SA Avenue Léon-Gaud 7 1206 Genf Telefon 022 47 12 19	Medusa	3	VMP-Video	160			
	Rainbow Video AG Schönmattstrasse 4 4153 Reinach/BL Telefon 061 762202	Walt Disney Home-Video	100	Video-Film-Vertrieb Sumpfstrasse 28 6300 Zug Telefon 042 41 71 71	VCL-Video	189	
Touch-Stone		5	UFA-Video		284		
CIC-Video (MCA/Universal und Paramount)		266	VSR-Sport-International		31		
Taurus-Video		72	Topas-Classic		12		
Atlas-Video		142	Ear Eye		4		
Stella Video AG Münchhaldenstrasse 10 8034 Zürich Telefon 01 555580	Moviestar-Video	13	Impuls-Video + Handels AG Sumpfstrasse 28 6300 Zug Telefon 042 41 81 45	Lightning-Video	19		
	Videobox	97		Media-Entertainment-Video	18		
	Stella-Video	180		Screen-Time-Video	51		
				Ascot-Video	15		
	Elite-Video	5		GMP-Video	4		
	Präsens Video (Kaufkass.)	30		Atlanta-Video	5		
	Star-Movie (Kaufkass.)	20		Videal Heim + Hobby-Kassetten	110		
	Sky-Movie (Kaufkass.)	7		B. Zoller AG Neugutstrasse 90 8600 Dübendorf Telefon 01 821 8686	Topic-Video	375	
	BBH Video (Kaufkass.)	30			Studio-Akustik + Elektronik Mark Müller Kreuzbuchstrasse 75 6045 Meggen Telefon 041 37 14 13	Present-Video	15
	Vestron Video (Cannon Screen) (Thorn EMI)	60				Loyal-Video	80
MTB AG Tödistrasse 68 8810 Horgen Telefon 01 7253683	Thorn-EMI	135	VFV-Video	4			
			VEP-Video	26			

deo-Index gesetzt wurden und damit öffentlich nicht beworben werden dürfen sowie Jugendlichen unter 18 Jahren nicht zugänglich gemacht werden sollten, sind ebenfalls im Angebot der Schweizer Videotheken. Auch die 23 Titel, die in der BRD wegen Verstosses gegen Paragraph 131 des Strafgesetzbuches (gewaltverherrlichend/menschenverachtend) bundesweit beschlagnahmt und eingezogen wurden, sind fast ausnahmslos im Sortiment der Vertriebsfirmen und somit im Verleih der Videotheken erhältlich. Letzteres Beispiel zeigt unmissverständlich, wie es in der Praxis um die Bemühungen des Schweizerischen Video-Verbandes steht. In der Presseinformation vom 27. August heisst es wörtlich: «Wir möchten mit unserer praktischen Erfahrung mit-helfen, insbesondere die Jugend vor möglichen Schädigungen durch schlechte Videofilme zu schützen.» Schöne Absichten ohne Auswirkungen in der Sortiments-Gestaltung der Anbieter. ■

Roland Stangl
ist Chefredaktor des «Schweizer Video-Magazins».

ZOOM zum Thema Video

Die beiden Themenummern «Gewalt und Medien» (7 und 12/86) enthalten Beiträge zu «Brutalität auf Video» sowie zum «Markt mit bespielten Videokassetten». Der Autor dieses letzteren Beitrages, Siegfried Zielinski, präzisiert in dieser Nummer seine damalige Analyse, indem er den Besitzverhältnissen der internationalen Filmverwerter auf Video genauer nachgeht. Vor fast vier Jahren befassten wir uns unter dem Titel «Video: moderne Seh-schulung» (5/83) zusammenhängend mit wirtschaftlichen, ästhetischen sowie ethischen Fragen des neuen Mediums.

Siegfried Zielinski

Internationaler Ausverkauf der Filmware

Als die Verbreitung der Videorekorder Anfang der 80er Jahre stetig zunahm, entdeckten die amerikanischen Major Companies in den westeuropäischen Heimkino einträgliche Absatzmärkte, die sie unter eigener Regie kommerziell zielstrebig auszubeuten versuchten. Die Initiative der amerikanischen Filmverwertungsgesellschaften hat die national eigenständigen Labels (Anbietermarken) entweder ganz vom Markt verdrängt, sie über Lizenzverträge in völlige Abhängigkeit von ihren Produkten gebracht oder – dies gilt vor allem für den Bereich der billigeren B- und C-Pictures-Verteiler – in den Zusammenschluss zu Distributionsgemeinschaften gezwungen.

Starke Position der Amerikaner

Die wenigen Markenzeichen auf den Kassettenhüllen repräsentieren die Medienproduktions- und -verteilzentren der westlichen Welt: CIC vertritt die Interessen von Universal (Tochter der MCA = Music Corporation of America) und Paramount (Gulf & Western Industries). Hinter CBS/Fox stehen nicht nur die mit fast fünf Milliarden Jahresumsatz gewichtigen Verwertungsinteressen des CBS-Medienkonzerns. Seitdem im Verlauf des Jahres 1985 Rupert Murdoch zunächst 50 Prozent

und schliesslich die gesamte 20th Century Fox Holding Company aufkaufte, stecken in dem Joint Venture auch die Softwareambitionen des australischen Mediensars und Besitzers von Sky-Channel. Warner Home Video fungiert für die weltgrösste der Major Companies, seit kurzem in der Bundesrepublik nicht mehr unter gemeinsamem Dach mit der Schallplattenfirma WEA, sondern als juristisch selbständige GmbH. Im Label RCA/Columbia sind der weltgrösste Elektronikkonzern, dem u. a. auch das Network NBC gehört, sowie die Filminteressen der Coca-Cola Bottling Company vereinigt, die wiederum mit der Embassy Home Entertainment über einen zweiten Videover-teiler verfügt, den sie allerdings gegenwärtig abzustossen versucht. Disney Home Video beherrscht für seine Filmmutter den immer lukrativer werdenden Markt der audiovisuellen Kinderbetreuung per Video Kasette. MGM/UA Home Video (Slogan: «The Lion Roars Around the World») war bis vor kurzem noch fest in der Hand des Finanzmagnaten Kirk Kerkorian; nach erheblichen Verlusten in den letzten Jahren entschloss sich dieser aber 1986, die legendären Studios der Major Company samt ihren riesigen Stocks von etwa 4000 Filmen an Ted Turner zu verkaufen, den Alleinbeherrscher und Begründer des Neue-Medien-Imperiums TBS (Turner Broadcasting System, Inc). Diese Übernahme bestätigt auch auf der Ebene der Besitzverhältnisse, dass die Filmverwertung international zunehmend durch die grossen Broadcaster, die Fernsehver-teiler, dominiert wird.

Von den knapp 50 Anbietern industrieller Spielfilmsoftware in der Bundesrepublik stellen die US-Majors alleine oder im Verbund mit den Networks nur ganze sechs. Aber sie vor allem