

Ferngesehen —
gerngesehen?

Das Auge des Heims unter der Lupe

Der Kurt Vowinkel-Verlag in Heidelberg gibt eine Monatszeitschrift „Fernsehen“ heraus, die das Motto „Gestalten, Senden, Schauen“ trägt. Sie befaßt sich mit dem gesamten Fragenkomplex, den eine so junge „Übertragungskunst“ aufwirft und verfolgt das Wachsen des Zuseherstamms mit genauen Ziffern. Dies wird besonders dadurch interessant, daß man eine längst vollzogene amerikanische und englische Entwicklung dagegen stellt, wo eher von einem übersättigten Markt die Rede ist und wo man sich die Köpfe zerbricht, ob nicht der Zeitraum gekommen sei, wo man durch die Einführung des farbigen Fernsehens den Verkauf eine neue Spritze geben müsse. Es führt auch zu so grotesken Zusammentreffen wie etwa dem zögernden Entschluß der Engländer, Fernsehreklame zuzulassen ausgerechnet in einem Moment, wo viele Amerikaner das Ende der Fernsehreklame prophezeien. Man sieht an solchen Koinzidenzen, daß das Fernsehen in Amerika ein erwachsenes Ding ist, während es in Europa noch unbeholfene Schritte macht.

In der Zeitschrift „Fernsehen“ kommt — dem Motto entsprechend — der Techniker, der Programmproduzent und der Kritiker zum Wort. Der letztere nimmt jede einzelne Sendung unter die Lupe, nach Stoff, Gehalt und Darbietung. In einem Artikel von Karl Tetzner, „Fernsicht auf die Zukunft“ wird das dreidimensionale Fernsehen und die Stratovision

behandelt. Letztere ist das Fernsehsenden aus dem Flugzeug. Dieses wurde in Amerika jahrelang ausprobiert und als wirtschaftlich bewiesen, doch dann verschwand das Projekt. Ein Flugzeug, das in zehntausend Meter Höhe fliegt, hat natürlich einen unvergleichlich größeren Sendebereich als ein noch so hoher Turm. Man muß wissen, daß die Strahlwirkung sehr schnell aufhört, wenn der Horizont erreicht wird. Zum Programm der Zeitschrift gehört auch die Befragung des Empfängers. So wird statistisch erfaßt, wie ihm die Sendungen gefallen haben. Es wird auch festgestellt, wieviel und wie oft er Gebrauch von seinem Apparat macht. Die Frequenzziffern dieses Jahres liegen wesentlich niedriger als die des vergangenen Jahres. Sind das Ermüdungserscheinungen gegenüber dem Programm oder

ist es die Gewöhnung, die den Apparat zu einer Art Haushaltsgegenstand macht, den man nur dann und wann benutzt? Höchst interessant ist es zu wissen, daß es in Amerika einen 53-cm-Empfänger für 199,50 Dollar zu kaufen gibt. Das sind 840 Mark. Rechnet man hinzu, daß der Amerikaner in Dollars verdient, was der Deutsche in Mark einnimmt, so kann der Amerikaner sich einen Fernsehapparat von größerem Format etwa für den fünften Teil des deutschen Preises kaufen!

Die Hefte sind mit Bildern von den bemerkenswertesten Fernsehsendungen versehen, wie sie auch über die technischen Einrichtungen der verschiedenen Studios wie der Relaisstation keinen Zweifel lassen. Daß die Beauftragten der Kirchen und sonstigen Institutionen sich in

die Stellungnahme zu den Fernsehdingen eingeschaltet haben, versteht sich. So kommen auch diese mit Kritik und Vorschlag zu Wort.
H. Sch.