Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 29 (1977)

Heft: 8

Inhaltsverzeichnis

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: 21.07.2025

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

ZOOM-FILMBERATER

Illustrierte Halbmonatszeitschrift für Film, Radio, Fernsehen und AV-Mittel

Nr. 8, 20. April 1977

ZOOM 29. Jahrgang «Der Filmberater» 37. Jahrgang

Mit ständiger Beilage Kurzbesprechungen

Herausgeber

Schweizerischer Katholischer Volksverein, vertreten durch die Film-Kommission und die Radio- und Fernsehkommission

Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit

Redaktion

Franz Ulrich, Postfach 147, 8027 Zürich
Telefon 01 / 36 55 80

Urs Jaeggi, Postfach 1717, 3001 Bern
Telefon 031 / 45 32 91

Abonnementsgebühren

Fr. 30.– im Jahr (Ausland Fr. 35.–), Fr. 18.– im Halbjahr. – Studenten und Lehrlinge erhalten gegen Vorweis einer Bestätigung der Schule oder des Betriebes eine Ermässigung (Jahresabonnement Fr. 25.–/Halbjahresabonnement Fr. 15.–)

Druck, Administration und Inseratenregie

Stämpfli + Cie AG, Postfach 2728
3001 Bern, Telefon 031 / 23 23 23
PC 30 - 169

Abdruck mit Erlaubnis der Redaktion und Quellenhinweis gestattet.

Inhalt

Kommunikation und Gesellschaft
2 Eine Chronik der schweizerischen Arbeiterbewegung (Interview mit Alexander J. Seiler zu «Die Früchte der Arbeit»)

Filmkritik
9 *Rocky*
11 *Silver Streak*
13 *Lost in the Stars*
14 *Cross of Iron*
17 *Die Brüder*
20 *Les vacances de Monsieur Hulot*

Arbeitsblatt Kurzfilm
22 *Fünf Minuten Krimi*

TV/Radio – kritisch
23 Ein schweres Erbe («Blickpunkt»)
26 «Karussell»: Umschlagplatz für Kunterbuntes

Forum
28 Ramacca: Bürger machen Radio

Bücher zur Sache
30 Gedanken zu einem Fassbinder-Report

Forum der Leser
32 Auseinandersetzung über Funktion der Filmkritik unerlässlich
Kurzbesprechungen unter Beschuss

Titelbild

«Rocky», ein mit für amerikanische Verhältnisse geringen Mitteln produzierter Aussenseiterfilm über einen Boxer, hat drei Oscars – bester Film des Jahres, beste Regie und bester Schnitt – erhalten. Die Hauptrolle in John G. Avildsons Film spielt überzeugend Sylvester Stallone, der auch das Script verfasst hat. Bild: Unartisco

LIEBE LESER

«Jeden Tag eine gute Tat» – diesen Vorsatz frommer Christen und schneidiger Pfadfinder wollen werbewirksam auch die Macher der neuen «Tat» verwirklichen, die seit dem 4. April als bunter Baum den helvetischen Pressewald ziert. Allerdings handelt es sich bei dieser ersten vierfarbigen Tageszeitung der deutschen Schweiz nicht um einen frischen, jungen Setzling, sondern sie ist als neuer Trieb dem schon etwas morschen Stamm des 1939 von Migros-Gründer Gottlieb Duttweiler geschaffenen Blattes entsprossen. Schon die Aufmachung in Zeitungs-Halbformat, Vierfarbendruck und Boulevardstil zeigt, dass das neue Redaktionsteam unter Chefredaktor Roger Schawinski mit dem Konzept der alten «Tat» radikal gebrochen hat. Ob das bereits genügt, um täglich eine gute «Tat» zu produzieren, darf nach dem Vorliegen einer Handvoll Nummern stark bezweifelt werden.

Die neue «Tat» gibt sich, entsprechend der Tradition des Herausgebers, des Migros-Genossenschafts-Bundes, und der bisherigen Tätigkeit Schawinskis als «Kassensturz»-Redaktor, betont konsumentenfreundlich: Mit der ersten Nummer wurde eine Konsumentenschutz-Initiative gestartet, in jeder Ausgabe finden sich zwei «Konsum»-Seiten und der Discount-Preis von 50 Rappen (10 Rappen weniger als beim «Blick» und 20 Rappen weniger als bei den meisten andern Zeitungen) schont bewusst des Käufers Portemonnaie – und stärkt natürlich auch die Konkurrenzsituation und die Werbewirkung. Mit dieser Linie hoffen die Herausgeber in eine Marktlücke «irgendwo zwischen den Leserschichten des ‚Blick' und jenen eines ‚Tages-Anzeigers'» stossen zu können. Dem Konzept, mit dem diese Marktlücke erobert und ausgeweitet werden soll, sah man mit einigen Erwartungen entgegen, hatte doch schon der oberste Migros-Chef Pierre Arnold den Mund recht voll genommen: «Wir wollen ein Informationsorgan schaffen, das sachlich berichtet, eine entschiedene und kritische Sprache führt, gut aufgemacht und verständlich für alle ist.»

Das Ergebnis ist für mich, nach den ersten Nummern zu schliessen, unerwartet ernüchternd und enttäuschend ausgefallen. Der Informationsgehalt ist mager bis dürftig, die griffig formulierten Titel versprechen – von wenigen Ausnahmen abgesehen – mehr, als die Texte dann halten. Die Sprache ist weniger entschieden und kritisch als vielmehr anbiedernd: Grosi Elisabeth (von England). Ein Grossteil der «News» wird in Kurz- und Kürzest-Häppchen verabreicht. Die Kommentare auf der Seite «Unsere Meinung» sind wenig profiliert, da sie meist in etwas abgeänderter Form nur das wiederholen, was bereits an anderer Stelle zu lesen ist. Am meisten Mühe scheinen sich die Zeitungsmacher auf den Sportseiten zu geben, soweit ich das als in dieser Sparte Unsachverständiger überhaupt beurteilen kann. Von einem finanziell potenten Herausgeber wie dem Migros-Genossenschafts-Bund und einer Persönlichkeit wie der Schawinskis hätte ich eigentlich ein weniger flaues Resultat erwartet. Herausgeber und Redaktion scheinen von ihrem Zeitungs-Konsumenten, in dessen Dienst sie ihr Produkt zu stellen vorgeben, keine allzu hohe Meinung zu haben. Sonst würden sie ihm etwas mehr Substanz, mehr an Zusammenhängen und Hintergrundsberichten zumuten. Gerade das müsste heute eine Konsumenten-Zeitung, die sich und den Leser ernst nimmt, besonders pflegen. Sonst ist auch die neue «Tat» nur ein Boulevardblatt mehr, das seine Leser vorwiegend für dumm verkauft. Mit ihrem derzeitigen Inhalt kann sie bestenfalls als Zweitzeitung dienen.

Die Boulevard-«Tat» soll innert drei Jahren selbsttragend werden, sonst wird die Übung abgebrochen. Wenn die verkaufte Auflage nicht in einem Jahr auf 80 000 Exemplare steigt, ist die Galgenfrist noch kürzer bemessen. Zu befürchten ist, dass der «Tat» das gleiche Schicksal blüht wie vor Jahren der erfolglosen «Neuen Presse». Dann wäre die neue «Tat» mehr kurz als gut gewesen.

Mit freundlichen Grüssen

Franz Ulrich