

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 38 (1986)
Heft: 16

Artikel: Streit um den Sonntagsbraten
Autor: Loretan, Matthias
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-931367>

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: 06.02.2025

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

Matthias Loretan

Streit um den Sonntagsbraten

Ein Beispiel für strukturelle Veränderungen in der Schweizer Presse

Der Autor des nebenstehenden Artikels, Jürg Frischknecht, hat im Schweizer Wirtschaftsmagazin «Bilanz» zwei Artikel veröffentlicht, in denen er sich mit der schweizerischen Medienbranche auseinandersetzt. In «Bilanz» 2/86 sind im Detail die Porträts einzelner Verlage sowie Angaben über die regionalen Verhältnisse der Pressekonzentration nachzulesen.

In der jüngsten Nummer der «Bilanz» (8/86) stellt Frischknecht das Projekt für eine *dritte Sonntagszeitung* in der Schweiz vor. Die als Konkurrenz zum «Sonntags-Blick» (Ringier) und zur «Sonntags-Zeitung» (Tages-Anzeiger AG) angekündigte Sonntagszeitung soll von drei Unternehmensgruppen getragen werden: Hauptgeldgeber und treibende Kraft des Projektes ist der süddeutsche Grossverleger Dieter Schaub mit seiner Rheinpfalz-Gruppe. Die Federführung am Projekt macht ihm das Zürcher Gespann Beat Curti/Walter Frey streitig. Für den Rückhalt in den Regionen werden als dritte Partner sechs Regionalzeitungen umworben: «Züri Woche» (Curti/Frey), «Bündner Zeitung», «Basler Zeitung», «St. Galler Tagblatt», «Vaterland», «Berner Zeitung».

An diesem Projekt sind zwei Entwicklungen bemerkenswert:

Zum einen ist die Tagespresse der deutschsprachigen Schweiz – abgesehen von der Ringier Postille «Blick» – bis heute vornehmlich regional strukturiert. Mit dem Ruhetags-Journal versuchen nun regionale Verlage sich gemeinsam

auf dem grösseren sprachregionalen Markt der Deutschschweiz zu behaupten. Die dezentrale Zusammensetzung und die föderalistische Aufmachung (sechs Regionalausgaben mit Wechelseiten) werden dabei die Trümpfe sein, die es gegen die anderen beiden Sonntagszeitungen auszuspielen gilt. Ein gültiges Rezept gegen Pressekonzentration und den Ausbau publizistischer Vormachtstellung stellt freilich die noch namenlose Sonntagszeitung nicht dar; denn in das gewagte Unternehmen sollen vor allem in ihrem Verbreitungsgebiet marktbeherrschende Verlage eingebunden werden. Nur in der Innerschweiz und in der Agglomeration Zürich, wo die Branchengrössten (die «Luzerner Neusten Nachrichten» gehören zum Ringier-Verlag und der «Tages-Anzeiger» lanciert für den siebten Wochentag ein eigenes Projekt) als direkte Konkurrenten um die Gunst der Sonntagsleser buhlen, begnügte man sich mit kleineren Verlagen.

Noch ist das Bündnis keineswegs endgültig. Schwer lastet das finanzielle Risiko (Startkapital: 17 Millionen Franken). In eine heikle Lage manövriert sich zudem das «Vaterland», das durch die Komplizenschaft an der Sonntags-Postille seine Schwester-Blätter verärgern dürfte, die ebenfalls der Christlichdemokratischen Volkspartei verbunden sind und die in Basel, St. Gallen, Zürich und Graubünden als kleinere Zeitungen mit den an der Sonntagszeitung beteiligten Verlagen in publizistischem Wettbewerb stehen.

Als zweites fällt bei dieser Medien-Connection auf, dass neben ausländischem Know-how und Geld auch branchenfremdes Kapital angezogen wird. Der Lebensmittelhändler Curti (Cash-and-Carry, Pickpay, Howeg) sowie der Autoimporteur

Walter Frey (Toyota, British Leyland und andere), investierten schon früher in die Medien: 1979 in den «Beobachter» als auflagestärkste Zeitschrift der Schweiz, 1982 in den Gratisanzeiger «Züri Woche». Je zehn Prozent halten Curti und Frey am Zürcher Lokalradio «Z», sie sind beteiligt an einem der Zürcher Lokalfernsehprojekte – und nun haben die Gemischtwarenhändler vor, ein neues sonntägliches Genussmittel anzubieten.

Aber auch der deutsche Partner, die Rheinpfalz-Gruppe, hat vorzeitig diversifiziert. Schaub Medienimperium kontrolliert neben seinem Stammbblatt «Die Rheinpfalz» ganz oder mit wichtigen Minderheitsbeteiligungen die «Stuttgarter Zeitung» sowie verschiedene Zielgruppenblätter. Einen Namen machte sich Schaub auch in der Schweiz, als er 1984 den Benziger Verlag aufkaufte. Umsichtig baute er sich so seine Stellung auf dem Büchermarkt aus: Arena, Westermann, Aurum, Brockhaus (wichtige Minderheit). Der deutsche Verleger war vorne dabei beim Ludwigshafener Kabelprojekt und betreibt seit dem Frühling dieses Jahres eine lokale Radiostation.

Die Rheinpfalz-Gruppe ist mit dem Rechenzentrum Südwest vor allem beim EDV-Know-how für Druckereien führend, von der Steuerung ganzer Satz- und Drucksysteme über die Firmenbuchhaltung bis hin zur Insetrate- und Abonnementsbearbeitung. Das Know-how des Rechenzentrums Südwest wird in der Schweiz in Lizenz von der Viotex-Gruppe verkauft, an der das Rechenzentrum Südwest mit 12 Prozent beteiligt ist. Im Druckbereich reichen die Viotex-Kunden von kleinen Zeitungen über die «Züri-Woche» bis hin zur «Neuen Zürcher Zeitung». Bisher konnten allerdings nur Teilanwendungen verkauft werden. Das dürfte sich aber

schon bald ändern. Ein mögliches Modell für die enormen Rationalisierungsmöglichkeiten des «Integrierten Redaktions- und Anzeigensystems» (Iras) dürfte in der Schweiz die angekündigte Sonntagszeitung werden. Kommt der Handel nicht zustande, so wird man sich auf eine werktägliche Parade beschränken müssen. 1985 hat die Viotex kurzerhand einen möglichen Kunden eingekauft, als sie einen Drittel des Aktienkapitals der «Schwyzer Zeitung» übernahm. Damals noch wollte man von der Zeitungsprovinz aus demonstrieren, was elektronischer Journalismus und modernes Zeitungsmanagement zu leisten vermögen. ■

Kurz notiert

Unterhaltungs-Video beim Filminstitut

fi. Seit Jahrzehnten spezialisiert im Verleih von 16-mm-Filmen, hat das Film Institut Bern (Schweizer Schul- und Volkskino) nun einen ersten Videokatalog herausgebracht, der eine rund 100 Titel umfassende Auswahl an thematisch breit gefächerten abendfüllenden und kurzen Videos aus den Bereichen Unterhaltung, Hobbies, Sport, Kunst und Reisen enthält. Dadurch werden den Interessenten – für die Verwendung in privatem Rahmen – hochstehende Unterhaltung, künstlerisch und inhaltlich wertvolle Spielfilme und interessante Freizeitthemen angeboten. Die Kassetten können zu günstigen Konditionen für eine dreitägige Ausleihfrist gemietet oder teilweise auch käuflich erworben werden. Der Videokatalog ist kostenlos erhältlich.

Thema

Channel 4

Siegfried Zielinski,
Gabriele Bock

Ein britischer Musterfall: Channel 4

Televisionsmodell zwischen Kommerz und kulturellem Anspruch

Kameratotalen auf ein Bad mit riesigen Ausmassen, aus der diagonalen Perspektive des Raums. In der hinteren Ecke unter einer Dusche schrubbt sich mit wahrer Begeisterung ein Mittvierziger seinen mit reichlich Fettansatz ausgestatteten Körper, abgebildet in selbstverständlicher Nacktheit. Im On hört man ihn mit Inbrunst «In diesen heiligen Hallen ...» aus Mozarts Zauberflöte schmettern. Einblendung eines Untertitels: «C is for cleanliness». Die Kamera tastet im Detail die wohlausgesuchten Utensilien des Bades ab, langsam und sorgfältig, als präsentierte sie die wertvollsten Juwelen. Tonblende: Der schräge Gesang des Duschenden wird aus dem Off abgelöst durch eine perfekte Schallplattenversion der Mozart-Arie. Die nächste Bildsequenz kündigt sich an...

Das war ein Ausschnitt aus dem englischen Fernsehprogramm vom 23. 2. 86, sonntagabends, zur Hauptsendezeit; ausgestrahlt wurde ein TV-Special mit dem Titel «Inside Rooms – 26 Bathrooms». Die Zahl steht für die Menge der Anfangsbuchstaben des Alphabets. Jeder Buchstabe wiederum reprä-

sentiert einen spezifischen Bad(e)-Typ, der jeweils in einer geschlossenen Sequenz audiovisuell vorgestellt wird (weitere Beispiele: «q is for a quiet smoke» oder für einen besonders schönen Nassraum mit karger Endzeit-Ästhetik, «S is for the Samuel Becket Memorial Bathroom»). Zugleich fängt der Fernsehfilm über die Badekultur wie in einem Prisma einen Querschnitt durch die mehr oder weniger skurrile Kulturtypologie Grossbritanniens ein.

Hinter dieser Fernsehidee steckt nicht der Kopf irgendeines Redakteurs oder festen freien Angestellten der Television. Produziert wurde das Special von Sophie Balhetchet für die unabhängige Filmfirma «Artifax Production». Sein Regisseur ist *Peter Greenaway*, eine der herausragenden Figuren des jüngeren englischen Kinos, der mit «The Draughtman's Contract» (Der Kontrakt des Zeichners) und «Zed and Two Noughts», seinen beiden ersten Produktionen in Featurefilm-Länge, bereits Filmgeschichte gemacht hat. Beides sind Meisterwerke im kreativen Umgang mit den «moving images» (diese Bezeichnung für «Film» setzt sich in der britischen Diskussion auf dem Hintergrund seiner multimedialen Präsenz und Verwertbarkeit immer mehr durch), in der synchronen Komposition der beiden Zeitdimensionen Bewegtbild und Musik, deren ästhetische Innovationskraft auch in «26 Bathrooms» deutlich aufscheint.

Klares Duopol beim britischen Rundfunk

Der Programmveranstalter, der Produktionen solcher Art als TV-Sendungen ermöglicht, ist der Channel Four. In vielerlei Beziehungen ist dieser Kanal ein Unikum in der terrestrischen und