

Zeitschrift: Zoom-Filmberater
Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 28 (1976)
Heft: 7

Rubrik: TV/Radio-kritisch

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: 29.03.2025

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

winkeln gesorgt. Oder nehmen wir die Sequenz, in welcher Anthony Haines zu «seinem» Mord erpressen will und einen Tennismatch besucht. Die Kamera erfasst die Zuschauer in der Totale. Die Köpfe wenden sich hin und her dem Tennisball nach. Einzig in der Mitte, unbeweglich und in korrektem dunklen Anzug: Anthony. Es liessen sich weitere, sehr typische Sequenzen beschreiben, doch müssen alle Ausführungen neben der Brillanz des Filmes ohnehin verblassen. Helmuth Zipperlen

TV/RADIO-KRITISCH

Motorrad zwischen Faszination und Abgrund

«*Yesterday when I was young*» von Mario Cortesi

Evel Knievel, Motorrad-Stuntman: «Ob ich mit dem Motorrad umkomme oder ob ich alt und gebrechlich im Bett sterbe, spielt keine Rolle. Ich bin einfach schneller dort – nämlich dort, wo wir uns alle eines Tages treffen werden.» Ein Querschnittgelähmter im Schweizerischen Paraplegikerzentrum in Basel: «Es gibt keinen Tag, an dem ich nicht weine, mich an die Zeit erinnere, als ich ein ganzer und gesunder Mensch war. Das schlimmste ist, dass keine Hoffnung besteht, je wieder so zu werden wie früher.» Motorradfahren zwischen Faszination und Abgrund, das ist das Thema eines Films des Schweizer Fernsehens, der im «Jugend-tv» des Deutschschweizer Programms am Samstag, dem 3. April, um 17.15 Uhr, gezeigt wurde. Der Film wollte weder billige Belehrungen anbringen noch davon abhalten, Motorräder zu kaufen, sondern die Jugendlichen zwischen 12 bis 16 Jahren zum Nachdenken anregen. Filmrealisator Mario Cortesi («Idole», «Claudia oder Wo ist Timbuktu?») zu den Absichten seines jüngsten Films: «Wir sind davon ausgegangen, dass den jungen Zuschauern, die in den nächsten Jahren möglicherweise vor der Wahl eines Motorrad-Kaufes stehen, durch den Film ein differenziertes Verhältnis zur Thematik des Motorrades ermöglicht werden soll. Desillusionierung, Entmystifizierung, Meinungsbildung und Differenzierung erreichen wir nicht, indem wir nur die negativen Seiten des Motorrades im Strassenverkehr herausstreichen, nur Tote, Verletzte und Invalide zeigen – der Jugendliche würde darauf negativ reagieren (das haben andere Filme bewiesen). Wir müssen dem jungen Zuschauer zeigen, dass – ganz objektiv gesehen – Motorradfahren tatsächlich ein grosses befreiendes Abenteuer sein kann. Wir müssen ihm aber ebenso sehr zeigen, dass – wiederum ganz objektiv gesehen – eine Querschnittlähmung den grausamsten Einschnitt in ein junges Leben darstellt.»

Was dabei herausgekommen ist, entspricht allerdings nicht einem objektiven, im Sinne von distanzierterem, sachtrokenem, emotionslosem Streifen. Vielmehr weiss der «Entmystifizierungsfilm» Cortesi sehr wohl – und mit ihm das Ressort Jugend –, dass die anvisierte Zielgruppe zwar handfestes Informations- und Denkmaterial zu schätzen weiss, aber nur in der richtigen Verpackung, die mit den Gefühlen nicht hinter dem Berg hält. So greift Cortesi hart zu, wenn er das Chanson «Yesterday when I was young», das dem Film den Titel gab, mit dem tragischen Ende von Motorrad-Abenteuern kontrastiert. Er versteht es aber auch, den Klippen einer kitschigen Melodramatik auszuweichen. Wieweit es ihm allerdings gelungen ist, in gleicher Stärke die Faszination am Motorradfahren auszudrücken, wage ich zu bezweifeln. Die Fahrten durch herbstliche Wälder oder in der Italowestern-Wüste des spanischen Almerias erinnerten verdächtig nach farbenprächtiger Werbung für schwere Maschinen. Aber vielleicht liegt das an der Werbung selbst, die die Schönheit des Motorradfahrens durchaus begriffen, sie mythisch verklärt und den theoreti-

schen Überbau («Kraft und Freiheit») gleich mitgeliefert hat, so dass eine Sandwüste mit Motorrad eben nie mehr eine Sandwüste mit Motorrad sein wird, sondern nur das Relikt von zweifelhaften Werbeinhalten. Genau so empfand ich die «schönen» Szenen im Film: abgegriffen und verstellt. Vielleicht war dies eben auch eine jener Wirkungen, die der Film hervorbringen sollte: dass jeder, der ihn gesehen hat, das Motorrad neu erleben und zugleich kritisch beurteilen lernt. Darin liegt meines Erachtens eine kaum zu unterschätzende schöpferisch-gestalterische Leistung. Die Arbeiten für den aufwendigen Film reichen ins letzte Jahr zurück. Ursprünglich wollte Cortesi einen Jugendfilm über die Verlierer in den internationalen Motorradrennen drehen. Um Pfingsten 1975 ereigneten sich eine Reihe von tödlichen Motorradunfällen. Darauf schrieb der Autor ein bereits vorliegendes Treatment um. Während der Sommermonate 1975 recherchierte er bei Motorradklubs, Importeuren, Werbeagenturen und Zeitschriften, bei der Beratungsstelle für Unfallverhütung. Er sprach mit Chefärzten, mit den Angehörigen getöteter Motorradlenker, besuchte Beinamputierte, Querschnittgelähmte und Tetraplegiker. Im Spätherbst und Winter wurde gedreht: an einem «Rennen der Verlierer» in Österreich, Unfallsequenzen mit dem Stuntman Rémy Julienne in der Nähe von Paris, eine Motorradfabrik in Italien, die «Segnung der Motorräder» auf dem Mailänder Domplatz, in Südfrankreich der Sonderling Coucou 27, der seit 25 Jahren (nach einem Motorradunfall) sein Bett nicht mehr verlassen hat, im spanischen Almería und vor allem in der Schweiz. In einem Test wurde die erste, im Februar 1976 fertiggestellte Fassung Realschülern und Gymnasiasten gezeigt, um die Reaktionen der Jugendlichen und ihre Meinungen einzuholen. Wie es im Presstext heisst, hätte die Jugendlichen in den anschließenden Diskussionen erklärt, dass sie sich jetzt besser eine eigene Meinung zum Thema Motorrad bilden können, dass der Film aufrüttle und zum Nachdenken



veranlasse, dass er ankomme, weil er nicht «einseitig und belehrend» sei, dass er wegen seiner «Mischung von Härte und Unterhaltung» keinen jugendlichen Zuschauer «kalt lasse».

So sehr ich dem Film zu attestieren gewillt bin, dass er das gesteckte Ziel erreicht und noch weiter erreichen wird – er kommt beim Schweizer Schul- und Volkskino in den Verleih – und so sehr ich betone, dass er ein Problembewusstsein weckt, muss andererseits doch darauf hingewiesen werden, dass er keine einzige der zahlreichen aufgeworfenen Fragen vertieft. So erscheint der Film, auch unter formalen Gesichtspunkten, als ein grosses Puzzle von eindrücklichen Bildsequenzen und Informationssplittern. Der Ernst und die Komplexität des Themas erfordern es, an dieser Stelle auf einzelne Aspekte hinzuweisen, die einer weiteren publizistischen Auswertung bedürfen. Allein die statistischen Angaben über die Unfallhäufigkeit sind erschreckend. Wie die Presseunterlage zum Film ausweist, gab es 1974 in der Schweiz 34 Tote pro 10 000 Motorräder (3 Tote pro 10 000 Autos), 765 Verletzte pro 10 000 Motorräder (87 Verletzte pro 10 000 Autos), in ganz Europa gegen 10 000 Tote bei Motorradunfällen, vor allem Jugendliche. Besonders hoch ist die Unfallhäufigkeit bei schwereren Maschinen. Fast jeder Fünfte in der Kategorie «Motorräder mit Sozius und 250 und mehr ccm» hatte im Jahr 1974 einen Schadenfall anzumelden, der meistens auch mit Verletzungen verbunden war (Motorfahrzeug-Haftpflicht-Gemeinschaftsstatistik der Gesellschaften der Unfalldirektoren-Konferenz UDK). Hinter diesen nackten und grausamen Zahlen steckt ein ganzer Problemhaufen: zu large Gesetze, mangelhafte Ausbildung der Lernfahrer, fehlende Erfahrung, noch kein Sturzhelm-Obligatorium, daneben eine ganze Reihe von psychologischen und soziologischen Problemen, die völlig unbefriedigende Dauerpflege der Tetraplegiker, die Wiedereingliederung von dauernd Geschädigten, Vorurteile, unseriöse Werbemethoden usw. Aus diesen Gründen wäre es mehr als angezeigt, wenn nicht nur Jugendliche, sondern auch Eltern, Lehrer, Pfarrer, Politiker und andere sich durch Cortesis Film dazu motivieren liessen, eine wirksame Strategie für den «Frieden auf der Strasse» zu entwickeln und umzusetzen.

Sepp Burri

Hochpolitische Revue

«Die tollen Geschäfte des Ivar Kreuger» im Fernsehen DRS (10. März)

«Wir haben versucht, uns so weit wie möglich an die Wahrheit zu halten», heisst es am Anfang dieses Kabarettprogramms von Volker Hesse und der «Claque»-Theatergruppe aus Baden, das sich mit dem Leben des schwedischen Zündholzkönigs befasst. In an die zwanzig Einzelszenen, die im teilweise stufenlosen Ablauf der Revue nicht immer als solche zu erkennen sind, wird Aufstieg und Fall eines multinationalen Wirtschaftsimperiums der späten zwanziger Jahre gezeigt, wird gezeigt, wie wenig zimperlich Kreuger in der Wahl seiner Mittel ist, wenn es darum geht, seinen Einflussbereich auszudehnen: Korruption, Drohungen, Erpressungen sind an der Tagesordnung. Alle lassen sich bestechen: Griechenland, Mussolini, das französische Parlament; selbst die noch junge Sowjetunion ist bereit, in einem Kuhhandel das Zündholzmonopol gegen einen fetten Wirtschaftskredit dem Schweden zu überlassen. Im Gefolge des Börsenkrachs von 1929 bricht auch das allzuschnell aufgebaute Kreuger-Imperium zusammen, Kreuger selbst wird erschossen aufgefunden. Mord oder Selbstmord?

Soweit die Geschichte. Die beiden Autoren der Revue, die Schweden Jan Berquist und Hans Bendrik, haben Kreugers Lebensgeschichte zum Anlass genommen, den Zuschauern ein Stück Wirtschaftsgeschichte und einen kleinen Einblick in die Wirtschaftsordnung zu präsentieren. Holzschnittartig werden wirtschaftliche Vorgänge durchleuchtet, wird einsichtig gemacht, dass der Börsenkrach von 1929, zum Bei-

spiel, nicht etwa ein Naturereignis war, sondern vielmehr die Folge skrupelloser Verfechtung von Privatinteressen, dass Politik meistens von wirtschaftlichen Erwägungen diktiert wird, dass Machthunger zur rücksichtslosen Ausbeutung von Menschen führt.

Die «kabarettistische Revue», wie die Szenenfolge in der Vorschau genannt wird, hat mit Kabarett im gewohnten Sinn nichts, oder zum mindesten nicht viel zu tun. Sie ist vielmehr eine Ansammlung von grotesken Puzzleteilchen, die zu einem mehr oder weniger vollständigen Bild zusammengefügt werden. Dokumentarisch belegte Ereignisse werden mit Fiktion vermischt: So etwa könnte es sich abgespielt haben (den Börsenkrach etwa erlebt der Zuschauer aus der Sicht eines Börsenberichterstatters des Radios). Die Szenen, in denen Lieder-, Tanz- und Theatereinlagen abwechseln, reizen selten zum Lachen. Es kann kaum einer die Darstellung dessen lustig finden, was er im Laufe des Stücks als die Ursache seines gesellschaftlichen Unbehagens erkennt, oder schon früher erkannt hat. Denn, dass es dabei nicht einfach um das Leben des Ivar Kreuger geht, wird schon dadurch verdeutlicht, dass sich die Mitglieder des Ensembles in der Darstellung der Person Kreugers abwechseln; die Darsteller wechseln, die ‚Insignien‘ (weisse Melone, weisses Gilet, weisser Handstock) bleiben. Damit wird die Revue, auch wenn sie manchmal stark ins phrasenhafte abgleitet, zum Lehrstück Brechtscher Tradition, und es wird schwerlich jemandem gelingen, die Aussage dieser Polit-Revue zu verniedlichen, die Anklagen an eine unmenschliche Wirtschaftsordnung zu überhören.

Die Revue wurde nicht in erster Linie für das Fernsehen, sondern für die Bühnenaufführung inszeniert. Damit war das Fernsehen einmal mehr nur Kanal, über den ein Geschehen auf der Bühne in die Stube des Fernsehzuschauers transportiert wurde. Darunter leidet die Qualität des Bildaufbaus: Während der Theaterzuschauer mit Hilfe seines dreidimensionalen Sehvermögens Vordergrund und Hintergrund besser voneinander trennen kann, sieht der Fernsehzuschauer eine zweidimensionale Bildfläche, auf der die räumliche Gliederung wenig zum Ausdruck kommt. Das führt dann, wie eben bei dieser Übertragung, zu einem Bild, das oft überlastet wirkt. Auf der andern Seite haben solche Produktionen den Vorteil, dass die klare, hier politisch brisante Aussage nicht durch Vor- oder Selbstzensur ihrer Spitzen beraubt und in einem Abschleifungsprozess allen Kreisen mundgerecht gemacht wird.

Deshalb dürften sich die Verantwortlichen von Fernsehen DRS mit dieser Ausstrahlung starker Kritik ausgesetzt haben. Kabarettistische Produktionen werden zwar oft in die Zone des Lustigen, Amüsanten gedrängt, das mit Behagen konsumiert und dann wieder vergessen werden kann. Man soll darüber lachen, und ihr Zweck scheint erfüllt. Damit wird man jedoch dieser Revue aus Baden nicht gerecht, und einige Leute werden, auf «Die tollen Geschäfte des Ivar Kreuger» hinweisend, die linke Unterwanderung beim Fernsehen in grellem Rot an die Wände malen.

Hanspeter Bundi

Das Schweizer Fernsehen im Urteil seiner Zuschauer

Eine Image-Untersuchung der SRG-Publikumsforschung

Unter dem Titel «Das Image des Schweizer Fernsehens bei seinem Publikum» hat die Publikumsforschung der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) eine 163seitige Untersuchung herausgebracht. Die Autoren M. Jedele, M. Nägler und M. Steinmann gehen dabei von folgendem Image-Begriff aus: «Unter Image verstehen wir die zu einer bestimmten Meinung verarbeiteten Vorstellungen, Ideen, Einstellungen, Gefühle, Erfahrungen, Kenntnisse etc., welche Personen oder Personengruppen von irgend einer Sache, Institution, Personen etc. haben.» Imageobjekt ist das Schweizer Fernsehen als Gesamtheit, Imagesubjekt das disperse Publikum. Der Imageerhebung diente eine nicht als geschlossen zu betrachtende Indikatorenli-

ste. Sie enthielt die Funktionsvorstellungen, die Mediabindung, die Programminteressen, das allgemeine Urteil, Programmtätigkeit und Zielgruppenausrichtung, das Polaritätenprofil und den intramediären Qualitätsvergleich. Die Feldarbeiten wurden im Juni 1974 durchgeführt.

Ein generelles Image des Schweizer Fernsehens lässt sich nicht ableiten, weil die Image-Indikatoren in den drei Sprachregionen zum Teil ziemlich unterschiedliche Ergebnisse erbracht haben. Eine allgemeine Schlussfolgerung kann zum Thema *Mediabindung* gezogen werden. Die befragten Zuschauer billigen dem Fernsehen die höchste Glaubwürdigkeit unter den vier Massenmedien zu. Ausser im Tessin sind die Tageszeitungen den Zuschauern weniger entbehrlich als das Fernsehen, und das höchste «Prestige» geniessen ebenfalls die Tageszeitungen, gefolgt vom Radio und erst dann vom Fernsehen. Im Vergleich zu 1970 ist das Fernsehen stärker zu einem Bestandteil des täglichen Lebens geworden. Die Werte für das Fernsehen haben sich, mehr oder weniger deutlich, negativ entwickelt.

In der deutschen Schweiz sind heute 78% der Haushalte oder rund 2,7 Millionen Personen über 15 Jahren in der Lage fernzusehen. (In der Untersuchung konnten nur Fernsehteilnehmer ihre Meinung äussern.) Vom Fernsehen der deutschen und der rätoromanischen Schweiz (DRS) erwarten die zu den *Funktionsvorstellungen* befragten Zuschauer in erster Linie die Vermittlung von Unterhaltung und Entspannung; dicht dahinter folgt die Erfüllung der Informationsfunktion, und weit zurück liegt die Vermittlung von Wissen und Bildung. Es ist allerdings zu berücksichtigen, dass der Zuschauer Programmgestaltungen mit Bildungsinhalten der Information zuordnet. Unter den *Programminteressen* werden nämlich neben allgemeiner Information, aktuellen Nachrichten, Shows, bunten Abenden, Kabarett und Kinospielefilmen auch Reiseberichte und naturwissenschaftliche Sendungen genannt. Recht gering ist das Interesse für klassische Musik, Konzerte, Opern und Ballette, Jazz, Beat und Pop, Kultur- und Kunstsendungen sowie religiöse Sendungen.

Das *allgemeine Urteil* hat sich gegenüber 1972 tendenziell verschlechtert, was verschiedene Gründe haben kann (zum Beispiel verbesserte Vergleichsmöglichkeiten mit Konkurrenzsendern). Die Mehrheit der Befragten ist mit dem Fernsehen im allgemeinen zufrieden, ein Drittel hat sich mehr oder weniger unzufrieden geäussert. Je älter die Zuschauer, desto zufriedener sind sie. Rund die Hälfte der Urteile sind begründet, und von diesen beziehen sich über 50% auf das Programmangebot. In den letzten zwei Jahren will ein Drittel der Zuschauer eine Verbesserung festgestellt haben, während über die Hälfte keine Veränderung der Qualität bemerkt hat. Zum Fragekreis *Zielgruppen- oder institutioneller Charakter* der Programmtätigkeit meinen die Zuschauer, dass Parteien, Bundesbehörden, Wirtschaft und Intellektuelle zu stark berücksichtigt werden. Überhaupt neige das Deutschschweizer Fernsehen dazu, eher institutionell als zielgruppenorientiert zu sein. Als eher unterrepräsentiert werden bei den Institutionen angesehen: die kantonalen Behörden, die Kirchen und die Wissenschaft. Bei den Zielgruppen sind es die älteren Menschen (besonders ausgeprägt), die berufstätigen Frauen, die jungen Ehepaare, die Arbeiter, die Hausfrauen. Interessanterweise betrachten die älteren Menschen sich selbst kaum als unterrepräsentiert.

Im *Polaritätenprofil* erscheint das Deutschschweizer Fernsehen als demokratisches, «schweizerisches» Medium, dessen zuverlässige Berichterstattung zwar etwas stark auf das Inland bezogen, aber dennoch vielseitig ist. Dem Medium wird eine allgemein korrekte und richtige Ausübung seiner ihm auferlegten Funktion bestätigt. Im intramediären Qualitätsvergleich, insbesondere mit den deutschen Anstalten, kommt das Schweizer Programm schlechter weg. Knapp die Hälfte aller Befragten hält das Schweizer Programm für gleich gut wie die ARD und ein Viertel für gleich gut wie das ZDF. Am wenigsten standhalten kann das Fernsehen DRS im Vergleich mit dem ZDF. Mit zunehmendem Alter und sinkender Bildung werden die ausländischen Sender weniger beachtet.

Sepp Burri