

Zeitschrift: Zoom-Filmberater
Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 31 (1979)
Heft: 19

Inhaltsverzeichnis

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: 31.03.2025

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

ZOOM-FILMBERATER

Illustrierte Halbmonatszeitschrift für Film, Radio, Fernsehen

Nr. 19, 3. Oktober 1979

ZOOM 31. Jahrgang «Der Filmberater» 39. Jahrgang

Mit ständiger Beilage Kurzbesprechungen

Herausgeber

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

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

Redaktion

Franz Ulrich, Postfach 147, 8027 Zürich
Telefon 01/201 55 80

Urs Jaeggi, Postfach 1717, 3001 Bern
Telefon 031/453291

Abonnementsgebühren

Fr. 32.— im Jahr, Fr. 19.— im Halbjahr
(Ausland Fr. 37.—/22.—).
Studenten und Lehrlinge erhalten
gegen Vorweis einer Bestätigung der
Schule oder des Betriebes eine Ermässi-
gung (Jahresabonnement Fr. 27.—/
Halbjahresabonnement Fr. 16.—, im Ausland
Fr. 32.—/19.—).
Einzelverkaufspreis Fr. 2.—.

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 Die Geschichte eines Menschen, der
sein Schweigen bricht (Interview mit
Fredi M. Murer)
- 11 Konturen eines aus den Nähten plat-
zenden Festivals (Moskau)
- Filmkritik
- 15 *Der Landvogt von Greifensee*
- 19 *Fatto di sangue fra due uomini per
causa di una vedova*
- 21 *Assault on Precinct 13*
- 24 *The Brink's Job*
- Arbeitsblatt Kurzfilm
- 26 *Überlegungen einer angeblichen
Zwetschge*
- TV/Radio – kritisch
- 30 «Eine völlig irre Popkomödie»

- 31 Musik- und Ballettfilme im Deutsch-
schweizer Fernsehen
- 33 Die Welt der Kleinen Leute als Zeitge-
schichte

Titelbild

Alfred M. (Giovanni Früh) in Fredi M. Mu-
rers «Grauzone» ist ein Typ, der vor lauter
Anpassung verstummt ist und schliesslich
die Elektronik und die Stimmen anderer be-
nutzt, um aus seiner Isolierung auszubre-
chen. Bild: Cactus Film

LIEBE LESER

mit seinem Plan, von Italien her die Grossagglomeration Zürich mit einem Radio-programm zu versorgen, das aus den drei Komponenten Popmusik, Information und Werbung besteht, hat Roger Schawinski einmal mehr Bewegung in die schweizerische Medienszene gebracht. Sofort haben die Verlage Jean Frey und Ringier ihre Absicht angekündigt, ähnliche Vorhaben zu realisieren, falls Schawinskis «Radio 24» nicht verhindert werde, und auch der «Tages-Anzeiger» bekannte sich zu Plänen in dieser Richtung. Dass sich ausgerechnet die drei schweizerischen Presseriesen – sie kontrollieren einen grossen Teil der Zeitungs- und Zeitschriftenauflage – für solche Privat-Radio-Projekte und längerfristig wohl auch für das private kommerzielle Fernsehen interessieren, liegt auf der Hand. Es gilt, sich den Anteil am Werbekuchen um jeden Preis zu sichern. Das Programm, das in Verbindung dazu auch noch ausgestrahlt werden muss, hat sich ganz in diesen Dienst zu stellen: Es hat Einschaltquoten zu garantieren, die für den Werbekunden attraktiv genug sind, dass er seine Franken springen lässt.

Wie immer, wenn die Gesellschaft mit einer Problematik nicht mehr zurande kommt, folgt die Flucht in die Rechtsfragen. Darf «Radio 24» von Italien her überhaupt in die Schweiz senden? Noch eh die Frage schlüssig beantwortet ist, werden Bundesrat und PTT aufgefordert, Schawinskis Pläne zu durchkreuzen. Zwar hat sich die Politik der Verhinderung, die vom Departement Ritschard seit zwei Jahren nicht zuletzt in Ermangelung eines Verfassungsartikels für Radio und Fernsehen betrieben wird, als ungeeignet und – wie der Fall Schawinski zeigt – unrealistisch erwiesen. Aber wie anders soll denn kontrolliert werden, dass fette Anteile des Werbekuchens nicht plötzlich in fremde Hände geraten? Diese Möglichkeit wird in einer für dumm verkauften Öffentlichkeit als grosse Schreckensvision prophylaktisch verbreitet: Eine Verlagerung des Werbeaufkommens auf private Radiostationen würde den Tod der unabhängigen Presse bedeuten; so, als ob diese – sofern sie diesen Status noch verdient – nicht schon längst nur von den bescheidenen Brosamen lebte, welche vom Tisch jener Verlagskonzerne fallen, die den schweizerischen Pressemarkt beherrschen.

Ich muss gestehen, dass mich die rechtlichen Fragen in diesem Zusammenhange kaum interessieren. Mich beschäftigt vielmehr die Tatsache, dass keiner dieser privaten Sender – die so oder so kommen werden, weil kommerzielle Interessen noch immer über juristische Bedenken gesiegt haben – sich um die Minderheiten kümmern wird. Wer Radio mit Werbung finanziert, wird sich kaum um die Bedürfnisse politischer und gesellschaftlicher Randgruppen kümmern können, wird für die Schwachen, die Armen und die Kranken kaum seine Stimme erheben. Der hemmungslose Kampf um Höreranteile, der sich über alle wohlgemeinten Konzessionsbestimmungen hinwegsetzen wird, wird auch die SRG in Zugzwang versetzen, die sich ja mit ihrer fast ausschliesslich auf Quantität ausgerichteten Publikumsforschung schon jetzt ein Instrumentarium zurechtgelegt hat, um ihren ursprünglichen Sendeauftrag zu umgehen. Darüber – und nicht zu juristischen Fragen – möchte ich den Bundesrat ein paar Worte verlieren hören. Und vielleicht auch den Präsidenten jener formidablen Vereinigung, die sich auf die Fahne geschrieben hat, die Axt an das SRG-Monopol zu legen...

Mit freundlichen Grüssen

