

Zeitschrift: Zoom-Filmberater
Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 34 (1982)
Heft: 2

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: 17.03.2025

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

Keck und schnell: «Karussell»

Von Dienstag bis Freitag sendet das Fernsehen DRS sein Vorabendmagazin live aus dem Studio 4. Dem jungen «Karussell»-Team wird Pioniergeist nachgesagt. Kann eine kritische Beobachtung der Sendungen diesen Ruf bestätigen? Oder handelt es sich beim «Karussell» bloss um eine attraktiv aufgemachte Zuträgersendung für die Fernsehreklame, um einen Bestandteil des sogenannten «Werberahmenprogramms» also?

Die Redaktion definiert ihren Programmauftrag wie folgt: ««Karussell» soll informative und unterhaltende Beiträge aus allen Gebieten des täglichen Lebens, aus der Arbeitswelt, der Kultur, der Wissenschaft, der Natur, des Sports, der Unterhaltung, der Mode, des Verkehrs, der Touristik usw. bringen (...). Das Magazin hat die Aufgabe, zu Beginn des Fernsehabends einen attraktiven Akzent zu setzen, der Kinder, Jugendliche und Erwachsene gleichermaßen zu interessieren und zu vergnügen vermag.»

Das Erscheinungsbild des Magazins entspricht durchaus dieser Definition. Leitbild bei der Gestaltung der einzelnen Sendung ist nicht das Prinzip des roten Fadens, sondern die bunte Mischung. Wenn möglich soll jeden Tag ein aktueller Beitrag dabei sein, regelmässig kommt auch das Computerspiel dazu, und ein musikalischer Beitrag aus dem Studio gehört ebenfalls zum festen Grundstock jeder Sendung. Dazu kommen einige wöchentliche oder 14tägliche Rubriken sowie die mehr oder weniger zufälligen Beiträge aus den in der Definition genannten Bereichen. In der Regel setzt sich ein «Karussell» aus vier bis sechs Beiträgen zusammen, die in einem lockeren Plauderton moderiert werden.

Der Erfolg gibt dieser Konzeption recht.

«Karussell» bringt es je nach Jahreszeit auf Einschaltquoten zwischen drei und 12 Prozent. In Wirklichkeit dürften die Zuschauerzahlen höher liegen. Die KONSO-Werte erfassen nämlich nur Zuschauer ab 15 Jahren, und es ist bekannt, dass sehr viele Kinder zu den regelmässigen «Karussell»-Zuschauern gehören.

Eine fragwürdige Aufgabe

Wenn es in der Programmdefinition heisst, das Magazin habe «die Aufgabe, zu Beginn des Fernsehabends einen attraktiven Akzent zu setzen», so könnte man dies im Klartext auch so formulieren: «Karussell» muss, zusammen mit anderen Vorabendsendungen, dem Werbefernsehen Publikum zuführen. (Vgl. zu diesem Problem den Artikel «Werbefernsehen in der Offensive» in ZOOM-FB Nr. 24/81.) Zwar bestätigt man von seiten des «Karussell»-Teams glaubwürdig, das Werbefernsehen nehme keinen direkten Einfluss auf die Gestaltung des Magazins. Das ist aber auch gar nicht nötig, denn die Sendung erfüllt ja die Erwartungen, welche die «AG für das Werbefernsehen» in sie setzt, zur vollen Zufriedenheit.

Doch selbst wenn man von diesen für Fernsehjournalisten wenig erfreulichen kommerziellen Rahmenbedingungen absieht, bleibt ein ungutes Gefühl. Für viele Eltern und Kinder sind die Stunden etwa zwischen 18 und 20 Uhr während der Woche die einzige Tageszeit, in der sie als Familie beisammensein können. Wenn eine Sendung die Aufgabe bekommt, ausgerechnet um 18.00 Uhr «einen attraktiven Akzent zu setzen, der Kinder, Jugendliche und Erwachsene gleichermaßen zu interessieren und zu

vergnügen vermag», so setzt sie damit das familiäre Zusammenleben einer harten Konkurrenz aus. Dass «*Karusell*» ausgerechnet zu jener Abteilung des Fernsehens gehört, die sich mit pädagogischen und familiären Themen befasst und sich immer mehr um Hilfestellungen zum kritischen Umgang mit dem Medium bemüht, macht diesen Aspekt besonders fragwürdig und brisant.

Zwei Dutzend Leute sind es, die seit bald fünf Jahren das «*Karusell*» produzieren. Wer Gelegenheit hat, das Team eine Zeit lang bei der Arbeit zu begleiten, dem fällt bald auf, wie unhierarchisch und spontan es da zugeht. Es gibt kaum Spezialisten, die sich nur auf einen einzigen Bereich verstehen. Die Funktionen sind durchlässig organisiert. Manchmal bekommt man als Beobachter den Eindruck, es gehe recht chaotisch zu, doch dann stellt man wieder fest, dass die Equipe äusserst versiert und produktiv ist. Besonders eindrücklich war die Art, wie am Tag des Fernsehbrandes vor einem Jahr die Sendung produziert wurde. Kein Studio war benutzbar, die Stromversorgung war ausgefallen, alles und jedes musste improvisiert und von irgendwo beschafft werden – und doch ging das Magazin pünktlich um 18.00 Uhr ohne Zwischenfälle über den Sender, selbstverständlich bereits mit ausführlichen Berichten über das Brandunglück im Fernsehzentrum.

Die «*Karusell*»-Macher gelten bei vielen Fernsehmitarbeitern als *enfants terribles des Hauses*. Sie werden bewundert und belächelt, man hält sie für risikofreudige Fernsehponiere und auch für oberflächliche Effekthascher.

Telegener Jahrmarkt

Welchen Ruf das Team wirklich verdient, kann man nur an den Sendungen ablesen. Schon das Signet präsentiert sich wie ein Programm. Das wunderschöne alte Spielzeugkarussell und die schwungvolle Musik der Kirchweihorgel versprechen ein vergnügliches Programm voller Farbigkeit und Tempo. Die «*Karusell*»-Leute haben sich einer ge-

nuinen Fernsehpublizistik verschrieben, sie wollen sich lösen von den Leitbildern eines an der Presse orientierten Journalismus. Sie versuchen deshalb, die Vorteile und Eigenarten des Mediums möglichst konsequent auszuschöpfen. Dazu gehört der *Live-Effekt* und die *Visualisierung* möglichst aller angesprochenen Themen, wobei auch grosser Aufwand nicht gescheut wird. Um beim Zuschauer das Gefühl des Dabeiseins zu verstärken, ist stets Publikum im Studio anwesend. Es wird allerdings kaum je aktiv in die Sendung einbezogen. Es wirkt bloss als lebendiges Dekor, als Reservoir für Computerspiel-Kandidaten und darf da und dort Applaus spenden.

Es würde dem viel zitierten Pioniergeist des «*Karusell*»-Teams gut anstehen, wenn es sich im Umgang mit Studiopublikum etwas Neues einfallen liesse. Es müsste irgendeine Form des aktiven Ernstnehmens sein in wechselnden, wenn möglich spielerischen Formen. Vielleicht wäre aus den Erfahrungen mit der Sendung «*Drei Stühle*» etwas zu lernen. Mit einer solchen Korrektur würde «*Karusell*» auch eher in die Globalkonzeption der Abteilung «*Familie und Fortbildung*» passen.

Das bisher aussergewöhnlichste Experiment des Fernsehens ist vom «*Karusell*» realisiert worden: Die Sendung «*Ein Tag auf dem Bauernhof*» im August des vergangenen Jahres (vgl. ZOOM-FB Nr. 17/81). Das «*Karusell*» ist inzwischen auch mit dem Zürcher Fernsehpreis ausgezeichnet worden, unter anderem für diese Sendung. Eigentlich bestand die Absicht, die in jener Langzeitsendung erprobten neuen Formen des Fernsehens in irgendeiner Weise auch auf die üblichen «*Karusell*»-Sendungen zu übertragen. Bisher ist dieser Vorsatz offenbar dem täglichen Stress zum Opfer gefallen. Es wäre jedoch dringend zu wünschen, dass die Hetze des «*Karusells*» ab und zu durch ruhige, unkommentierte Bilder, durch Inseln des Schauens unterbrochen würde.

Es gibt ein regelmässig wiederkehrendes Element im «*Karusell*», das die Bezeichnung Experiment verdient. Es



«Karussell», junges Team – kecke Sendung. Von links: Eric Delaquis, Reto Padrutt, Gerti Maader, Helen Stehli, Rosmarie Pfluger, Philipp Flury, Wolfgang Frei, Silvia Hartung, Beat Rauch, Werner Hailfinger, Ruedi Oser, Peter Böckle, Ruth Halter, Corinne Kägi, Marc-André Klenk, Kurt Aeschbacher, Jean-Jacques Vaucher.

handelt sich um die *24-Stunden-Reportage*, die alle 14 Tage an einem zufällig ausgewählten Ort (Pfeilwurf auf eine Schweizerkarte) durchgeführt wird. So entsteht ein reizvolles Bilderbuch der Schweiz. Nebenbei wird der eindrückliche Beweis geliefert, wie beweglich und schnell das Fernsehen sein kann. Die Realisatoren bemühen sich jeweils, nicht blosse Kalenderbilder zu machen, sondern wirkliche Reportagen über kulturelle, soziale und wirtschaftliche Eigenarten und Probleme, aber auch über interessante Personen.

Programmelemente wie die 24-Stunden-Reportage wären undenkbar ohne das *Produktionsmittel ENG* (das ist die leichte elektronische Ausrüstung, die teilweise die herkömmliche Arbeit mit der 16-mm-Filmkamera ersetzt). «Ka-

russell» war die erste Sendung, für die ENG systematisch eingesetzt wurde. Heute wird ein wesentlicher Teil der «Karussell»-Beiträge mit diesem Mittel produziert.

Gute Einzelbeiträge

Bei der Beobachtung des Vorabendmagazins sind etliche beachtliche Beiträge aufgefallen. Drei davon seien stellvertretend etwas näher beschrieben.

Anlässlich der Verleihung des Friedensnobelpreises für Paul Hartling, UNO-Hochkommissar für das Flüchtlingswesen, brachte das «Karussell» einen dreiteiligen Beitrag: eine Darstellung des Flüchtlingseleids in Kambodscha und in den thailändischen Lagern, ein Gespräch mit Hartling und einen Bericht über die 1500 kambodschanischen Flüchtlinge in der Schweiz.

Die Sendung warb eindringlich, aber ohne Sentimentalität für das Anliegen der Flüchtlingshilfe und um Verständnis für die kulturelle Eigenart der in der Schweiz lebenden Kambodschaner.

Ein ganz anderer, ebenfalls beispielhafter Beitrag war das Gespräch mit dem englischen Verhaltensforscher *Desmond Morris*, das am Abend vor der Übertragung eines Länderspiels im «*Karusell*» breiten Raum einnahm. Morris zog interessante Parallelen zwischen Fussball und archaischen Jagdritualen. Die Ausführungen des Experten wurden illustriert durch Ausschnitte aus Fussballsendungen. Auf diese Weise entstand ein gescheites, witziges Begleitprogramm zum bevorstehenden Fussballabend.

Wieder ein anderes thematisches Feld wurde schlaglichtartig beleuchtet mit einem Beitrag über die *Mechanismen des Kunsthandels*. Am Beispiel des 1871 geborenen Schweizer Künstlers Louis Sutter, der völlig verkannt und verarmt gestorben war, wurde aufgezeigt, wie heute das Geschäft mit Kunstwerken vor sich geht. Der Beitrag war in einer hintergründigen Weise fragend und zeigte, wie man kritisch berichten kann, ohne sich des aggressiven «*Kassensturz*»-Stils bedienen zu müssen (der selbstverständlich auch sein Recht hat).

Kein eindeutiges Fazit

Ein Gesamturteil über das «*Karusell*» ist zunächst deshalb problematisch, weil die einzelnen Sendungen entsprechend dem Konzept des Magazins sehr unterschiedlich sind. Noch erschwerender aber für eine Beurteilung sind die zu Beginn genannten Rahmenbedingungen. An welchen Kriterien soll man eine Sendung messen, die eine derart fragwürdige Funktion zu erfüllen hat? Eine gerechte Beurteilung der Leistungen des «*Karusell*»-Teams ist nur möglich, wenn man die Bedingungen der Programmstruktur und die Abhängigkeiten des Fernsehens zunächst einmal als Gegebenheiten akzeptiert und innerhalb dieses relativ engen Rahmens nach *Kriterien einer medienethisch vertretbaren Gestaltung* fragt.

● Ein erster Gesichtspunkt betrifft die Themenwahl. Die angestrebte Vielfalt sollte dazu benutzt werden, der *Wirk-*

lichkeit unserer Gesellschaft und des heutigen Lebens möglichst nahe zu kommen. Unterhaltende Sendungen sind immer in Gefahr, Scheinwelten zu produzieren. Das «*Karusell*» hingegen ist in dieser Hinsicht einigermaßen realitätsbezogen.

● Im Hinblick auf die Sendezeit ist es wichtig, bei der Gestaltung der Sendung die Kinder vor dem Bildschirm nicht zu vergessen. Hingegen sollte darauf verzichtet werden, sie bewusst an den Bildschirm zu locken. Die Devise müsste also lauten: *Mit Kindern rechnen, aber sie nicht als Zielgruppe ansprechen*. Mit Ausnahme des Computerspiels und der wöchentlichen Aktion Heidi Abels (Heimatsuche für Hunde und Katzen) scheint dieses Kriterium beim «*Karusell*» erfüllt zu sein.

● Gerade weil «*Karusell*» attraktives Fernsehen macht, sollten immer wieder Gelegenheiten gesucht werden, das Medium selbst zum Thema zu machen. Mit solchen Beiträgen zur *Weckung eines Medienbewusstseins* könnte sich «*Karusell*» deutlicher als bisher zu seiner Zugehörigkeit zur Abteilung «*Familie und Fortbildung*» bekennen. Doch geht es dabei natürlich nicht um die Rechtfertigung einer etwas zufälligen fernsehinternen Gliederung, sondern um eine generelle Aufgabe, die sich heute dem Medium Fernsehen je länger je dringender stellt.

● In die gleiche Richtung zielt die Forderung nach grösstmöglicher *Transparenz des Produkts im Blick auf seine Zielsetzungen und Entstehungsbedingungen*. Ein «*demokratisches*» Team sollte vermehrt als solches für den Zuschauer erkennbar werden. In dieser Hinsicht unternimmt das «*Karusell*» bis jetzt kaum etwas. Es sind lediglich die vier Moderatoren, die in einem Kontakt zum Publikum stehen. Ihr Wirken hat jedoch eine auf den Sendeablauf bezogene Funktion und trägt nichts zur wünschbaren Transparenz bei. Hier müssten neue Wege gesucht werden.

● Ein besonders schwieriger und wichtiger Aspekt ist die *Übereinstimmung von Inhalt und Form*. Es kommt immer wieder vor, dass wichtige Beiträge durch das Tempo der Sendung über-

rollt, durch die Art der Präsentation zerschwatzt werden. Hier fehlt offensichtlich der *Mut zum Rhythmuswechsel, zur Langsamkeit, zur Ruhe*. Die knappe Zeit von 30 Minuten, die für eine Sendung zur Verfügung steht, bewirkt unnötigerweise eine permanente Hetze. Dabei

könnte die einfache Einsicht, dass durch erhöhtes Tempo durchaus nicht mehr vermittelt werden kann, befreiend wirken. Man muss den Zuschauer auch zu Atem kommen lassen, damit er Zeit hat zum Mitdenken, zum Einfühlen und Verarbeiten.
Urs Meier

Téléjournal: Start geglückt

Seit Neujahr strahlt das Westschweizer Fernsehen seine eigene, in Genf und nicht mehr in Zürich produzierte Tagesschau aus. Die Neuerung war mit umso grösserer Spannung erwartet worden, als die regionalisierte Tagesschau während der letzten Dezembersession im Nationalrat arg unter Beschuss geraten war. (ZOOM-FB Nr. 1/82, S.29). Nun, das Genfer Tagesschau-Team hat seine Premiere nicht verpasst: die Nachrichtensendung wurde regionsbezogener, ohne die nationalen und internationalen Aktualitäten zu vernachlässigen, die Präsentation wirkt locker, ohne jedoch den Eindruck einer «aktuellen Plauderstunde» zu erwecken.

Die wichtigsten Neuerungen der Westschweizer Tagesschau betreffen die Hauptausgabe von 19.30 Uhr, deren Dauer von einer Viertelstunde auf 25 bis 30 Minuten ausgedehnt wurde: Neben dem Moderator kommentiert ein eingeladenen Journalist die wichtigsten Tagesaktualitäten. Meldungen aus den sechs Westschweizer Kantonen sowie dem Sport werden mehr Platz eingeräumt. Die Wetteraussichten werden von einem Meteorologen live präsentiert, gelegentlich wird die Mitarbeit eines Karikaturisten hinzugezogen. Das Ganze wirkt abgerundet, lebendig, professionell und trotzdem für jedermann geniessbar. Ein Deutschschweizer Zuschauer lässt sich mit einiger Wahrscheinlichkeit am ehesten durch die lockere und lebendige Art der Präsentation beeindrucken. Das mag daran liegen, dass sich Westschweizer generell leichter ausdrücken und dass ein Moderator des *Téléjournal* im Gegensatz zu seinen Deutschschweizer Kollegen

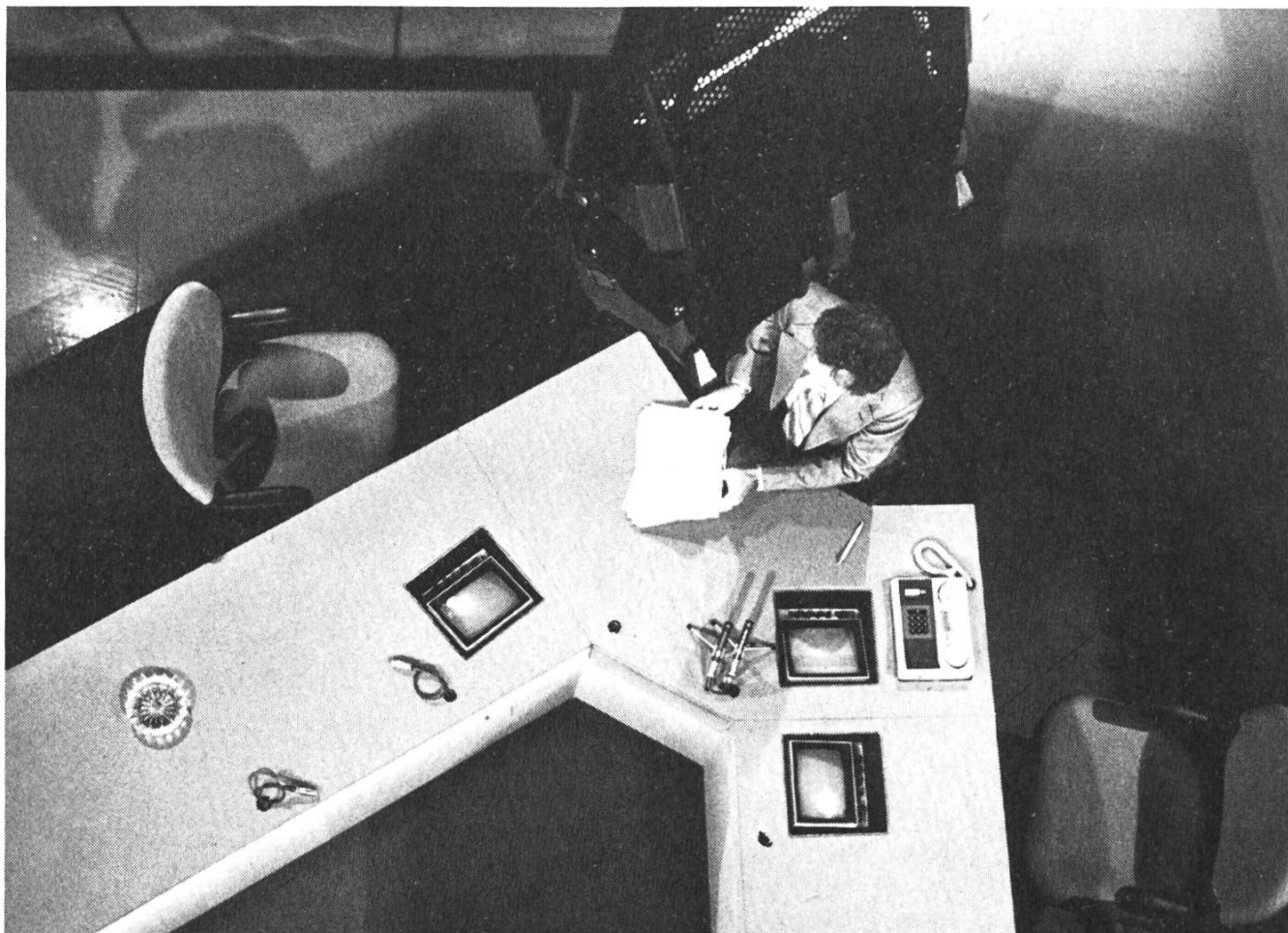
nicht vom Dialekt auf eine Schriftsprache umdenken muss. Ohne Zweifel haben sich die Väter der neuen Westschweizer Tagesschau am Modell des Zweiten Französischen Fernsehens orientiert – Gäste in der Sendung, Live-Kommentierung der Wetterlage-, doch zeigen die ersten Erfahrungen, dass die Anlehnung an eine erfolgreiche Formel nicht unbedingt negativ sein muss.

Trotz der Umsiedelung der Tagesschau von Zürich nach Genf hat das Westschweizer Fernsehen neben seinem Bundeshausstudio noch einen Fuss in der Deutschschweiz. Der bisherige Chefredaktor des *Téléjournal*, José Ribeaud, bleibt in Zürich, um die «*redaction des affaires alemaniques*» zu leiten. Mit der Aufrechterhaltung des Zürcher Studios, das sich direkt in die Genfer Sendungen einblenden kann, will das Westschweizer Fernsehen seinen Zuschauern in Erinnerung rufen, dass die Deutschschweiz nicht nur aus «Bundes-Bern» besteht. Je nach Aktualität sollen ferner Sendungen oder Sendungssequenzen zwischen dem Deutschschweizer, dem Westschweizer und dem Tessiner fernsehen ausgetauscht werden.

René Zurkinden

Schrittmacherdienste

Zur Bewunderung für den Schmiss, mit der die Mitarbeiter der die *Télévision Suisse Romande* ihr *Téléjournal* seit Beginn des Jahres gestalten, gesellt sich auch ein Gefühl der Erleichterung und der Dankbarkeit: So schlecht, wie manche es wahrhaben wollten, ist also die



Studio des *Téléjournal* in Genf: Platz für Gäste und Kommentatoren.

Idee einer regionalisierten Tagesschau doch nicht. Im Gegenteil: Wenn – wie jetzt im *Téléjournal* – die Nachrichten aus der Region, der gesamten Eidgenossenschaft und dem Ausland in einer sinnvollen Relation zueinander stehen und zudem eine geschickte Mischung von Information, Hintergrund, Gespräch und Kommentierung der Tagesschau eine optimale Attraktivität verleihen, dann ist eigentlich jedermann gedient. Den Westschweizern, die nun über eine Fernseh-Nachrichtensendung verfügen, die ihrem Temperament und – wichtiger – ihrer kulturellen Eigenart entspricht; den Deutschschweizern, die nun auf dem Nachbarkanal zu sehen bekommen, dass eine attraktive Tagesschau weniger eine Frage jener Unmenge Geldes ist, das etwa den deutschen Fernsehanstalten zur Verfügung steht, als der gerissenen Ideen und des journalistischen Könnens; der italienischen

Schweiz, die zusammen mit der Region DRS nicht nur von der qualifizierten Arbeit der Westschweizer Tagesschauh-Macher durch die Übernahme von Berichten profitieren kann, sondern sich in ihrem seit langem geübten Bestreben, ihr *Telegiornale* thematisch zu regionalisieren, bestätigt sieht.

Hand aufs Herz: Eine nationale Tagesschau, wie sie vor allem in den Köpfen einiger Parlamentarier herumgeistert, gibt es in Wirklichkeit schon lange nicht mehr. Wiewohl bis zum Jahresende alle drei Tagesschauen in Zürich produziert wurden, herrschten innerhalb der drei Redaktionen zum Teil doch recht konträre Vorstellungen über deren Gestaltung. Und wer nur gelegentlich in die Nachrichtensendung einer andern Sprachregion hineingeschaut hat, spürte deutlich, wie verschiedenartig die Gewichtung vorgenommen wurde. Dies nicht etwa – wie von gewissen Kreisen immer wieder behauptet wurde – zum Schaden des nationalen Zusammenhalts, sondern zum Nutzen einer kulturellen Identität, wie sie letztlich immer

und überall als Ausgangspunkt für das Verständnis und die Wertung von Informationen vorhanden sein muss. Allein, die Zentralisierung der Tagesschau-Studios in Zürich verhinderte eine freie Entfaltung dieser kulturellen Identität. Es machte sich – etwas pointiert ausgedrückt – deutschschweizerischer Protektionismus in den Tagesschauen der Westschweiz und der italienischsprachigen Schweiz bemerkbar.

Zur weisen und überlegenen Haltung der nun endlich selbständig gewordenen *Téléjournal*-Macher gehört es, die gewonnene Unabhängigkeit sinnvoll zu nutzen: nicht etwa – wie viele zu Unrecht erwartet haben – mit einem chauvinistischen Rückzug auf den welschen Standpunkt, sondern mit einer geschickten Öffnung zu den andern Sprachregionen hin. Das Fenster zur Deutschschweiz gehört denn mit der starken Berücksichtigung der Ereignisse in den sechs Westschweizer Kantonen zu den wesentlichen Neuerungen des *Téléjournal*. Dass es nun allerdings die Redaktoren der Westschweizer Tagesschau sind, die bestimmen, welche Ereignisse aus der Deutschschweiz für die Zuschauer in der Romandie, im Wallis und im Jura von besonderem Interesse sind, entspricht nicht nur dem Regionalisierungsprinzip, sondern gibt nun auch wieder dem gelegentlichen oder regelmässigen Zuschauer aus unserer Sprachregion Einblick in das Verhältnis des Westschweizers zur deutschsprachigen Schweiz. Das trägt nicht nur zum gegenseitigen Verständnis bei, sondern kann auch heilsam sein. Ich denke da zum Beispiel an das gebrochene Verhältnis des Deutschschweizers zu seinen elektronischen Massenmedien und der SRG – ein Problem, das so in der Westschweiz nicht existiert.

Für den vielbeschworenen nationalen Zusammenhalt hat das *Téléjournal* noch ein weiteres getan. Die Redaktion versucht die regionalen Nachrichten so interessant zu gestalten, dass der Zuschauer den einheimischen Kanal dem attraktiven aus dem Nachbarland Frankreich vorzieht. Dass dabei bestimmte und bewährte Elemente aus der französischen Tagesschau übernommen wur-

den, gereicht dem *Téléjournal* keineswegs zum Schaden. Es spricht dies vielmehr für die Einsicht der Redaktion, dass es nicht gilt, die Nachrichtensendungen des Fernsehens neu zu erfinden – ein Vorgang, an dem beispielsweise die Erneuerung der Deutschschweizer Tagesschau gescheitert ist –, sondern bereits erworbene Erkenntnisse zur Optimierung einer Nachrichtensendung nutzbar zu machen. Weit wichtiger allerdings ist, dass aus dem Studio am untern Ende des Lac Léman nun nicht parallel zum «Zürcher Fernsehen» eine «Genfer Tagesschau» gesendet wird, sondern eine Nachrichtensendung, welche die *ganze* Sprachregion berücksichtigt und demnach auch interessiert. Zugegeben, das ist in der räumlichen Dimension der Westschweiz einfacher als im allemannischen Teil der Eidgenossenschaft. Aber das Prinzip, den nationalen Zusammenhalt mit der Bindung des Zuschauers an eine lebendige regionale Tagesschau fördern, statt ihn auf ausländische Kanäle abwandern zu lassen, wird dadurch nicht in Frage gestellt. Der gute Start des *Téléjournal* müsste vielmehr Ansporn sein, beim Fernsehen DRS ähnliche Bemühungen endlich in die Tat umzusetzen und es nicht ewig bei verbalen Zusicherungen bewenden zu lassen.

Im Zusammenhang mit der Regionalisierung der Tagesschau ist viel über die Mehrkosten gejammert worden. Das Beispiel des *Téléjournal* zeigt, dass die 26 Millionen Franken, welche die Regionalisierung jährlich mehr kosten, gut angelegtes Geld sind. Gut angelegt allerdings nur dann, wenn nun die beiden andern regionalen Fernsehanstalten – vorab aber das Fernsehen DRS – von den beachtlichen Schrittmacherdiensten der Romands profitieren, womöglich nicht erst 1984, wenn auch in Zürich mehr Studiokapazität frei wird und ein neuer Strukturplan Änderungen erleichtert. Ob die wesentlich bessere Tagesschau aus der Westschweiz in Zürich als Herausforderung verstanden wird, lässt sich im Augenblick noch nicht abschätzen. Die Tatsache, dass aus finanziellen Gründen die Entsendung eines zweiten Westschweizer Kor-

respondenten vertagt wurde – Jean-Paul Rüttimann hätte diesen Posten gerne übernommen –, lässt für die DRS-Tagesschau nichts gutes ahnen. Da wurden, wie mir scheint, einmal

mehr falsche Prioritäten gesetzt, für die nun allerdings nicht mehr die SRG verantwortlich gemacht werden kann.

Urs Jaeggi

FORUM DER LESER

Filmfreunde melden sich zu Wort

Leserbriefe zum Editorial in Nummer 24/81

Das Editorial in eigener Sache – prekäre finanzielle Situation und Planung eines verbesserten Konzeptes – hat verschiedene Leser zu Reaktionen veranlasst. Einige haben Taten – Bestellung von Geschenkabonnements, Institutions-Abonnements durch private ergänzt, eine Abbestellung – folgen lassen, andere Briefe. Diese sind nachstehend – teilweise leicht gekürzt – abgedruckt. Offensichtlich haben sich vor allem Filmfreunde aus dem Busch klopfen lassen. Sie wehren sich unisono gegen eine Einschränkung des Filmteils. Sie dürfen beruhigt sein: Wie schon im Editorial angekündigt, sollen allfällige Änderungen nicht – oder so wenig wie möglich – zu Lasten des Filmteils gehen, unter gleichzeitiger Aufwertung des Radio- und Fernsehteils. Dies ist weniger eine Frage der Quantität als vielmehr der Qualität der Beiträge.

Den Lesern, die uns neue Abonnements vermittelt oder sich die Mühe genommen haben, ihre Meinung, zum Teil ausführlich, darzulegen, danken wir Redaktoren herzlich. Vielleicht provoziert der einhellige Pro-Film-Ton noch zu anderen Meinungsäusserungen. Weitere Taten – seien es Abonnements oder Briefe – werden gerne entgegengenommen.

Die Redaktion

Mit Genuss

Als Angestellter in der Hauptbibliothek einer Basler Firma bekomme ich regelmässig ZOOM-FB in die Hand, das Exemplar für einen Leiter in unserer Ausbildungs-Abteilung. Ich durchblättere diese mir bislang unbekannte Publikation mit Genuss, kann sie aber selten gründlich lesen, auch nicht meinem Sohn in die Hand drücken, der mit 16 Jahren richtig kinoverrückt ist. *Bitte organisieren Sie für mich ein persönliches Abonnement an meine Privatadresse.* Als ehemaliger Schriftsetzer, Chefkorrektor, Lektor für wissenschaftliche Werke, Herstellungsleiter in einem internationalen Verlag, Redaktor und Übersetzer für technische Literatur und-

soweit kann ich gut abschätzen, dass Sie bei einem Abonnementspreis von nur 36 Franken im Jahr keine grossen «Gümpe» machen können.

Vielleicht zwingen Sie einmal die Kioske, ZOOM-FB aufzulegen, ähnlich wie es die «Wochenzeitung» gemacht hat. Sie werden begreifen, dass ich bei meiner Vergangenheit gerade ihren vergleichenden Beitrag über unsere drei bekanntesten Wochenzeitschriften mit besonderem Interesse gelesen habe. Leider anderswo auch, dass ZOOM-FB mit dem Überleben zu kämpfen hat. Ich wünsche Ihnen jedenfalls noch ein langes Weiterbestehen. Und viel mehr Bekanntheit...

Es hat mich oft gewundert, dass kirchliche Kreise hinter ZOOM-FB stehen. Ich