

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 41 (1989)
Heft: 4

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: 30.03.2025

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

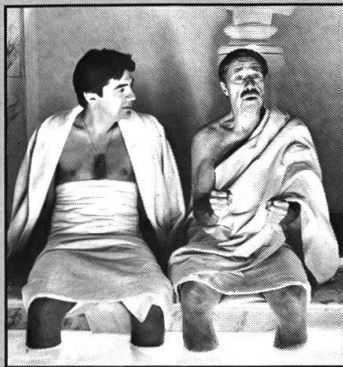
ZOOM

Illustrierte Halbmonatszeitschrift

ZOOM 41. Jahrgang
«Der Filmberater» 49. Jahrgang

Mit ständiger Beilage
Kurzbesprechungen

Titelbild



Dass wahre Freundschaft vor allem dort gedeiht, wo man sie am wenigsten erwartet, zeigt David Mamet's in Mafiakreisen spielender Film «Things Change» auf überraschend sanfte und stille und dennoch unterhaltensame Weise (mit Joe Mantegna und Don Ameche in den Hauptrollen).

*Bild: 20th Century Fox
Film*

Vorschau Nummer 5

Filmfestspiele Berlin 1989

Neue Filme:
Another Woman
De bruit et de fureur
Landschaft im Nebel
La nuit de l'éclusier

Nummer 4, 22. Februar 1989

Inhaltsverzeichnis

Thema: Brisantes «Teleclub»-Konzessionsgesuch

2 Vom Pay- zum Gratis-TV

2

Thema: Frauenfilmtage 1989

7 frauwärts '89: «Liebe?»

7

Geschichte des Films in 250 Filmen

9 Deutscher Film vor Hitler

9

Film im Kino

- 12 Krótki film o zabijaniu (Ein kurzer Film über das Töten)
- 14 Une affaire de femmes
- 16 Kung-Fu-Master!
- 19 Things Change
- 20 Cheeeese... The Movie
- 22 Sunset
- 23 Von Zeit zu Zeit

12

Film am Bildschirm

- 24 Lucas lässt grüssen
- 27 Vesnicko, ma strediskova (Heimat, süsse Heimat)

24

TV-kritisch

- 28 Flohmarkt: Geschichte oder Spurensicherung

28

Impressum

Herausgeber

Verein für katholische Medienarbeit

Evangelischer Mediendienst

Redaktion

Urs Jaeggi, Bürenstrasse 12, 3001 Bern Fächer, Telefon 031/45 32 91; Telefax 031/46 09 80
Franz Ulrich, Postfach 147, 8027 Zürich, Telefon 01/201 55 80; Telefax 01/202 49 33

Abonnementsgebühren

Fr. 53.– im Jahr, Fr. 31.– im Halbjahr (Ausland Fr. 57.–/34.–).

Studenten und Lehrlinge erhalten gegen Vorweis einer Bestätigung der Schulen oder des Betriebes eine Ermässigung (Jahresabonnement Fr. 43.–/Halbjahresabonnement Fr. 25.–, im Ausland Fr. 47.–/27.–). Einzelverkaufspreis Fr. 4.–

Druck, Administration und Inseratenregie

Stämpfli+Cie AG, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031/23 23 23, PC 30-169-8
Bei Adressänderungen immer Abonnentennummer (siehe Adressetikette) angeben
Stämpfli-Layout: Irene Fuchs

Liebe Leserin Lieber Leser



In dieser Nummer wird vom brisanten Konzessionsgesuch der Teleclub AG Zürich für ein werbefinanziertes TV-Vollprogramm berichtet. Aus der medienpolitischen und wirtschaftlich-finanziellen Problematik, die Jürg Frischknecht detailliert und kritisch beleuchtet, sei hier ein kultur- und filmpolitischer Aspekt herausgegriffen. Im Pay-TV-Programm des Teleclubs werden derzeit monatlich 15, ab Mai 25 neue Filme ausgestrahlt. Die seit 1987 bestehende Verpflichtung, «dass ein Prozent der Abo-Einnahmen an das Schweizerische Filmzentrum zu überweisen ist und drei Prozent für den Ankauf schweizerischer Filmproduktionen zu verwenden sind», erfüllt die Teleclub AG offenbar nicht. Sie bestreitet über 80 Prozent ihres Filmangebots mit USA-Produktionen, mit Schweizer Filmen null Prozent. Was soll sie da den Schweizer Film mit Abgaben unterstützen, den sie ihren Kunden offenbar nicht zumuten kann oder will?

Jede Woche kann man auf den deutschsprachigen TV-Kanälen unter mehreren Dutzend Kino-Spielfilmen auswählen. Ihre Videovermarktung expandiert noch weiter. Bei vielen Produktionen sind die Einnahmen aus der TV- und Videoverwertung schon längst weit höher als aus dem Kinogeschäft. Ohne wenigstens teilweise Erstausswertung im Kino würde aber auch das TV- und Videogeschäft weniger florieren, besitzt doch der Kinofilm noch immer eine solche Faszination und Popularität, insbesondere bei den Jungen, dass sie die Attraktivität der Filme im Fernsehen und auf Video wesentlich mitbestimmen. Mit der hemmungs- und uferlosen Verwertung der Kinofilme aber ist eine für die Kinos tödliche Konkurrenz entstanden. Wenn der Kinomarkt kaputtgeht, graben sich Fernsehen und Video das Wasser ab, von dem sie leben. Diese Zusam-

menhänge sind denn auch schon längst erkannt und einer der Gründe, warum sich Fernsehanstalten substantiell an Filmproduktionen beteiligen, beispielsweise die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft für die Jahre 1989 bis 1994 mit 14 Millionen Franken. Aus kulturpolitischen Gründen fördern auch Bund, Kantone und Gemeinden die Filmproduktion mit Millionenbeträgen. Kanton und Stadt Zürich zum Beispiel bewilligten für eine dreijährige Versuchsphase 4,5 Millionen.

Was der öffentlichen Hand recht ist, muss auch für eine Privatfirma, die ihr Geschäft zur Hauptsache mit der Verwertung von Kinofilmen macht, billig sein. Zwar macht die Teleclub AG ihr Programm zu fast 100 Prozent mit ausländischen Filmen, aber ihr Geschäft macht sie in der Schweiz. Damit ist auch sie eine direkte Konkurrentin der Schweizer Kinoszene. Dass sie mit dem Schweizer Film nichts am Hut haben will, verstösst nicht nur gegen die Konzessionsauflagen, es ist auch film- und kulturpolitisch unklug. Dass die Teleclub AG ihr Programm zu über vier Fünfteln mit US-amerikanischen Produktionen bestreitet, ist nicht etwa nur eine Folge der im Spiel der «freien Marktwirtschaft» erfolgreich sich durchsetzenden amerikanischen Filme, wie gerne behauptet wird, sondern auch ein drastisches Resultat der Macht- und Besitzverhältnisse auf dem internationalen Markt der Filmverwertungsrechte, auf dem ein Leo Kirch, Teleclub-Mitbesitzer, zu den Mächtigsten gehört. Ein grosser Teil dieses Marktes ist schon längst in wenigen Firmengruppen konzentriert, so dass der Markt schon längst nicht mehr frei spielen kann (falls er das überhaupt je gekonnt hat). Ohne staatliche und private Förderungsgelder hätte eine kleine Produktion wie die schweizerische überhaupt keine Überlebenschance. Für eine minimale Verbesserung dieser Situation muss auch eine Teleclub AG ihren Beitrag leisten.

Mit freundlichen Grüssen

Franz Ulrich