

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 41 (1989)
Heft: 18

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



Schatzsuche als megalomanes Kinoereignis:
Harrison Ford (links) und
Sean Connery in «Indiana
Jones and the Last
Crusade» von Steven
Spielberg.

Bild: UIP

Vorschau Nummer 19

Neue Filme:
City Lights
Monsieur Hire
Nuovo Cinema Paradiso
Old Gringo

Film am Fernsehen:
Schneller Sommer

Nummer 18, 20. September 1989

Inhaltsverzeichnis

Thema: Remakes **2**

- 2 To make or to remake?

Thema: Retrospektive Preston Sturges **9**

- 9 Lachen geht vor

Film im Kino **14**

- 14 Mery per sempre
16 Le peuple Singe
17 Chocolat
19 Homer and Eddie
22 Jacknife
24 Indiana Jones and the Last Crusade
27 Réunion/L'ami retrouvé
28 Slaves of New York

Serie: Frauen in den Medien **30**

- 30 Stühle, Stufen, Leitern: Rita Soland

Forum der Leser **33**

- 33 SRG plus: ein Versuchsballon?

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
Ursula Ganz-Blättler, Postfach 147, 8027 Zürich, Telefon 01/202 01 31, Telefax 01/202 49 33

Abonnementsgebühren

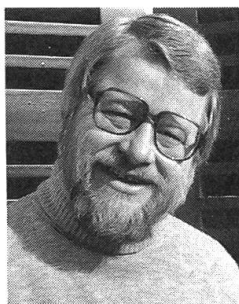
Fr. 53.— im Jahr, Fr. 31.— im Halbjahr (Ausland Fr. 57.—/34.—).
Studenten und Lehrlinge erhalten gegen Vorweis einer Bestätigung der Schulen oder des Betriebes eine Ermässigung (Jahresabonnement Fr. 43.—/Halbjahresabonnement Fr. 25.—, im Ausland Fr. 47.—/27.—).
Einzelverkaufspreis Fr. 4.—

Druck, Administration und Inseratenregie

Stämpfli + Cie AG, Postfach 8326, 3001 Bern, Telefon 031/27 66 66, PC 30-169-8
Bei Adressänderungen immer Abonentennummer (siehe Adressetikette) angeben

Stämpfli-Layout: Jürg Hunsperger

Liebe Leserin Lieber Leser



Das «Karussell», das DRS-Fernsehdirektor Peter Schellenberg abgeschafft hat, ist wieder auferstanden: nicht als Sendung zwar, aber immerhin als Strukturprinzip. Rotation heisst die Zauberformel für das «Programm 90», mit dem das Deutschschweizer Fernsehen ab September nächsten Jahres seine Zuschauerinnen und Zuschauer beglücken will. Und so sieht das aus:

Die *Tagesschau* wird fünf Minuten kürzer und statt von Chefredaktor Erich Gysling von Hanspeter Stalder geleitet. Und weil dieser deshalb die *Rundschau* verlassen muss, springt dort für ihn Urs P. Gasche ein. Allerdings macht Gasche dann nicht mehr die *Rundschau*, sondern den *Magnet*, was zwar im Prinzip dasselbe ist, aber offenbar unheimlich viel attraktiver tönt. Für Gasche wiederum, der ja jetzt Leiter der Abteilung Wirtschaft ist, springt dann Otto C. Honegger ein. Dieser wird als Ausnahme, welche die Regel bestätigt, sein Wirtschaftsmagazin *Netto* weiterhin betreuen, derweil Pierre Freimüller inskünftig den *Kassensturz* leiten wird, was natürlich die Rotation nach unten verlängert. Aber das wiederum ist ein anderes Kapitel und gehört nicht hierhin.

Hingegen ist es wichtig zu wissen, dass eine solch komplexe Struktur allein in den Bereichen Information, Politik und Wirtschaft nur funktionieren kann, wenn bei einer qualifizierten Führungskraft die Fäden zusammenlaufen. Nach dem Rotationsprinzip kann diese Persönlichkeit natürlich nicht Erich Gysling heissen, denn der hat sich vom Chefredaktorenposten auf eigenen Wunsch dispensieren lassen. Auf Anregung des DRS-Regionalvorstandes hin überliess der «Tages-Anzeiger» ihren Peter Studer deshalb dem Fernsehen als Chefredaktor, sehr zum Unbehagen von Anton Schaller wohl, der im ganzen Rössli nie so richtig ins Rotieren geraten ist. Man tröstete

ihn schliesslich mit dem Titel «Stellvertretender Chefredaktor» und betraute ihn im übrigen mit der Aufgabe, uns als Leiter wichtiger Diskussionen weiterhin zu langweilen. In ähnlicher Weise trostbefördert wurde auch Guido Wüest, bisher *DRS aktuell*, der sich nun mit dem schönen Titel «Leiter der Planungs- und Koordinationsredaktion» schmücken darf und nun seinerseits eine Lücke hinterlässt, in die Helen Issler springt.

Und was macht Erich Gysling? Der ist zum Chefkommentator ernannt worden und schwebt, einem Über-Vater gleich, über den Dingen. Im *Tagesmagazin* (Leitung: Jürg Wildberger), das an die Stelle der Spätausgabe der *Tagesschau* tritt und eine helvetische Schmalspurausgabe der *ARD-Tagesthemen* zu werden verspricht, wird er uns sagen, wie es sich mit der grossen Politik verhält. Und er wird – so ist anzunehmen – als stillschweigend akzeptierter Schattendirektor im Fernsehkabinett seine Kommentare auch zu den Zuständen im Innern des Hauses abgeben. Alles klar? Na also; soll noch einer sagen, es bewege sich nichts im Fernsehen.

Dass Karussells die Eigenart haben, sich an Ort und um die eigene Achse zu drehen, kommt spätestens zum Ausdruck, wenn man nach Auswirkungen der neuen Programmstruktur auf die Sendeinhalte sucht. Mit Verlaub, da verändert sich gar nichts. Die Sendungen bleiben die gleichen. Gewiss, da gibt es ein neues Sportmagazin namens *Time out*, oder da wird der *Kassensturz* vom Montag auf den Dienstag verschoben. Man kennt die Rezepte, mit denen man möglichst viele Zuschauer möglichst oft und möglichst lange vor die Glotze holt. Sie haben längst die Phantasie ersetzt. Das Medium sei die Botschaft, hat der kanadische Professor und Medienphilosoph Marshall McLuhan einmal gesagt. Warum, hat man sich beim Fernsehen DRS wohl gedacht, soll denn die Struktur nicht gleich auch das Programm sein?

Mit freundlichen Grüssen

Urs Jaeger