

Zeitschrift: Zoom-Filmberater

Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein

Band: 31 (1979)

Heft: 17

Inhaltsverzeichnis

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 19.01.2026

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

ZOOM-FILMBERATER

Illustrierte Halbmonatszeitschrift für Film, Radio, Fernsehen

Nr. 17, 5. September 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 Kirchen
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 031/45 32 91

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 Ermässigung
(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

- 1 Kommunikation und Gesellschaft
- 2 Festival von Locarno braucht eine neue Idee
- 9 FIPRESCI – Filmkritiker zeigen Unbekanntes
- Filmkritik
- 13 *Manhattan*
- 15 *Roma, città aperta*
- 18 *Flammende Herzen*
- 20 *Elvis – The Movie*
- 22 *A Little Romance*
- TV/Radio – kritisch
- 24 Stirbt die «Telearena»?
- 27 Jean Christophe – verdünnte Menschenwürde
- 30 Zuhören ist der Anfang der Freude («Ohren-Spitzer»)
- 32 Nach Gerichtsentscheid: Kommt nun «Paul Irniger»-Hörspiel am Radio?

Forum der Leser

- 33 Kein Nachrichten-Einerlei
Nicht mehr Volksmusik, sondern mehr
Abwechslung

Titelbild

«Manhattan» von und mit Woody Allen – hier zusammen mit Mariel Hemingway – ist ein witziger und hintergründiger Essay über die Probleme intellektueller Grossstadtmenschen, die sich in die Einsamkeit zurückziehen und doch nicht mit sich allein fertig werden.

Bild: Unartisco

LIEBE LESER

der Geschäftsführerin der AG für das Werbefernsehen (AGW), Margrit Trappe, ist nach über 14jähriger Tätigkeit am 17. Juli dieses Jahres gekündigt worden. Ziemlich genau einen Monat später berief der Verwaltungsrat der AGW eine Pressekonferenz ein, um über die Hintergründe der Entlassung, die zu vielen Spekulationen Anlass gegeben hatte, zu orientieren. Wer sich davon einen tieferen Einblick über die Vorgänge, die zum Hinauswurf der Geschäftsführerin führten, versprach, wurde enttäuscht. Von mehrmaligen Verwarnungen war da die Rede, von Kompetenzüberschreitungen, von Divergenzen über die allgemeine Geschäftspolitik zwischen Geschäftsführerin und Verwaltungsrat, von Intrigen auch. Es sei ganz einfach nicht mehr gegangen, beliebte sich Verwaltungsratspräsident, Ständerat Ulrich Luder, auszudrücken. Als die in grosser Zahl aufmarschierten Journalisten mit gezielten Fragen Klarheit in die Angelegenheit zu bringen versuchten, versteckten sich die Verwaltungsräte hinter dem Geschäftsgeheimnis. So darf nun den Spekulationen weiterhin freien Lauf gelassen werden. Für die einen bleibt Margrit Trappe eine grosse Intrigantin, für die andern ist sie das Opfer einer dubiosen Geschäftspolitik der AGW. Die Wahrheit dürfte, wie so oft, irgendwo in der Mitte liegen.

Bei aller Undurchsichtigkeit der Lage ist mir eines klar geworden: Die tüchtige Geschäftsführerin hat offenbar nichts unterlassen, um die Einkünfte der AGW zu mehren. Die Skala ihrer Bemühungen, gute Kunden bei Laune zu halten, reichte offenbar von gewissen Rabatten, die in keinem Geschäftsreglement vorgesehen waren, bis zur mehr oder weniger diskreten Einflussnahme auf das Programmumfeld der Werbesendungen. So lange die Kasse stimmte und niemand gross aufmuckte, liess der Verwaltungsrat die Geschäftsführerin – allenfalls unter Erteilung einer mehr oder minder ernstzunehmenden Rüge – gewähren. Der Zeitpunkt der Entlassung ist nicht ganz zufällig. Sie erfolgte genau in jenem Augenblick, als einerseits die AGW erstmals einen Umsatzrückgang zu verzeichnen hatte, andererseits der Bundesrat die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) zu mehr Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit mahnte. Margrit Trappes offenkundige Absicht, den stagnierenden Geschäftsgang der AGW, mit «amerikanischen Methoden» – etwa durch den Einbezug programmorientierter Werbung – zu beleben, liessen sich wohl nur schlecht mit den Plänen der SRG zu einer Verbesserung des eigenen Image durch ein Hervorheben absoluter Programmunabhängigkeit vereinbaren. Mit andern Worten: Die SRG – an der AGW mit einem Aktienkapital von 40 Prozent und vier von 13 Verwaltungsräten beteiligt – musste handeln, wenn sie glaubwürdig bleiben wollte. Sie musste es umso mehr, als sie schon Mühe hatte, ihren Willen, die zur Verfügung stehende Werbezeit auf fünf Blöcke zu verteilen, beim Bundesrat durchzusetzen.

Nach aussen hin mag es scheinen, als sei der Fall Trappe ein Personenkonflikt auf der Ebene des höheren Kaders. Die Tatsache, dass die entlassene Geschäftsführerin Verwaltungspräsident Luder der Nötigung angeklagt hat, weil dieser ihr unter Anbietung einer sechstelligen Abfindungssumme die Kündigung nahelegte, mag diesen Eindruck noch verstärken. In Wirklichkeit geht es entschieden um mehr, nämlich um die Frage, ob das Fernsehen sich mit der Werbung seine Programme zusätzlich finanziert, oder ob es mit seinen Programmen zum Steigbügelhalter der Werbung und damit der Wirtschaft schlechthin wird. Die SRG wird in Zukunft entschieden mehr tun müssen, als eine Geschäftsführerin der AGW zu entlassen, um ihre Programmunabhängigkeit glaubwürdig darzustellen.

Mit freundlichen Grüßen

