

Zeitschrift: Zoom-Filmberater
Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Radio- und Fernseharbeit ; Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 34 (1982)
Heft: 17
Rubrik: TV/Radio-kritisch

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: 18.01.2026

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

«Sommer-Wunschprogramm» – oder wie man aus der Not eine Tugend macht

*«TV à la carte»: Erfolg in der
Westschweiz*

Im Sommer 1981 hat das Westschweizer Fernsehen exemplarisch vorexerziert, wie man aus der Not eine Tugend macht. Die Sommerflaute brachte dem Fernsehen jeweils sinkende Zuschauerzahlen, und entsprechend gingen die Einnahmen aus der TV-Werbung zurück. Gleichzeitig zwangen fehlende Finanzen zu Sparübungen. Angesichts dieser Zwänge liess sich Guillaume Chenevière, Programmchef Kultur und Unterhaltung beim Westschweizer Fernsehen, etwas einfallen, um das Sommerprogramm attraktiver zu gestalten und dennoch Einsparungen zu machen. Das Ei des Kolumbus erhielt den Namen «TV à la carte»: Die Zuschauer sollten an drei Abenden pro Woche ihr Programm-Menü selber wählen.

Anfang Juni 1982 erhielten 500 000 TV-Abonnenten in der Westschweiz eine Broschüre (die Druckkosten wurden von der AG für Werbefernsehen übernommen), in der für Montag 34 Spielfilme, für Mittwoch 32 Serien (jeweils sechs Folgen einer Western-, Krimi- oder Science-Fiction-Serie) und für Freitag 33 Musikhows und 20 Sportsendungen angeboten wurden, wobei sich Reprisen und Neuheiten ungefähr die Waage hielten. Mit vorgedruckten Postkarten konnten die Zuschauer für jeden der drei Abende eine Sendung wählen. Die drei meistgewünschten Programme kamen am Sendeabend in die Endrunde: In einer speziell dafür eingerichteten und mit einem Wettbewerb verbundenen Lifesendung wurde durch eine Telefonumfrage jenes Programm ermittelt, das am meisten Stimmen auf sich vereinigte und demzufolge zur Ausstrahlung gelangte.

Kräftig unterstützt von der Presse, wurde die Aktion ein voller Erfolg: Über 100 000

Antwortkarten gingen ein, und über 100 000 Anrufe (nur etwa ein Drittel kam überhaupt durch) brachten das Genfer Telefonnetz zeitweise an den Rand eines Zusammenbruches. Die Rechnung schien allseits aufzugehen: Das elfwöchige Sommerprogramm brachte mehr (zufriedene) Zuschauer (in einer SRG-Umfrage attestierten 35 Prozent der Befragten dem welschen Fernsehen eine deutliche Qualitätssteigerung), erstmals seit zehn Jahren wurde die Spielfilmkonkurrenz der drei französischen Sender in der Publikumsgunst überrundet, und die ganze Übung ermöglichte es, mit einer Million Franken – einem Fünftel des Normalbudgets – durch die Sommerwochen zu kommen. Diesen Sommer führte das Westschweizer Fernsehen «TV à la carte» in erheblich erweitertem Rahmen und noch grösserem Erfolg durch. Und als Gegenleistung für das rund um die Werblocke gruppierte Wunschprogramm steckte die AG für Werbefernsehen 300 000 Franken in die neue «TV à la carte»-Broschüre.

«DRS – Sommer-Wunschprogramm»

Noch im August letzten Jahres hielt Ulrich Kündig, Direktor des Fernsehens der deutschen und rätoromanischen Schweiz (DRS), das «TV à la carte»-Experiment für die deutsche Schweiz für zu riskant. «Ich bin froh, dass eine kleine Sprachregion das Experiment macht. In der Romandie ist das Risiko kleiner», erklärte er in einem Interview. Der Erfolg der Westschweiz vermochte offenbar nicht, seine Skepsis sofort zu zerstreuen, wurde doch ein ganz normales Sommerprogramm 82 geplant. Erst in diesem Frühjahr, nicht zuletzt unter dem Zwang zum Sparen, wurde auf «Anregung» der Programmdirektion die Ausarbeitung eines «Sommer-Wunschprogramms» nach welschem Vorbild an die Hand genommen. Das Ergebnis war, nicht zuletzt wegen der kurzfristigen Planung, dass

das Angebot auf Spielfilme und Serien im Vorabendprogramm beschränkt wurde. Trotzdem stiess dieses – im Vergleich zum Westschweizer Fernsehen – Mini-Wunschprogramm auch in der Region DRS auf reges Publikumsinteresse.

In den sieben Wochen vom 5. Juli bis 22. August wurden 63 Spielfilme – alles Wiederholungen – angeboten, jeweils drei für die Abendprogramme von Montag, Freitag und Sonntag. An den betreffenden Tagen standen tagsüber fünf Telefonlinien für Anrufe zur Verfügung. Eine Viertelstunde vor Sendebeginn stellte «Karussell»-Präsentator Kurt Schaad je einen Ausschnitt aus den drei Filmen vor, worauf die Zuschauer nochmals während einer Minute ihre Stimme – jetzt auf 20 Linien – abgeben konnten. Es wurden jeweils zwischen 2500 und über 4000 Anrufe registriert, wobei es ein paarmal zu spannenden Kopf-an-Kopf-Rennen kam. Auch wurden die tagsüber gewählten Favoriten oft noch im letzten Moment von Konkurrenten überrundet, was teils auf die gezeigten Ausschnitte, teils auf die altersmässig verschiedene Zusammensetzung der Anrufenden zurückzuführen war: Tagsüber riefen bis zu 30 Prozent Kinder und Jugendliche an, während dann abends eher die Erwachsenen zum Zuge kamen. Etwas forciert schienen mir jeweils die Versuche von Präsentator Kurt Schaad, die Filme wie auf einer Gant anzupreisen und eine Art Wettatmosphäre herzustellen. Immerhin habe ich seine spontan wirkende, etwas nassforschende Art der Präsentation samt allen Versprechern und Patzern im Vergleich zum üblichen steifen Ansage-Ritual als wohltuend locker empfunden.

Zusammengestellt wurden die Filme von Paul Kretz und Markus P. Nester von der Filmredaktion in der Abteilung Dramatik. Die Gesamtreaktion lag in den Händen von Gerti Maader vom «Karussell». Über die Auswahl kann man in guten Treuen endlos streiten, kaum aber darüber, dass sie in bezug auf die Herkunft der Filme sehr einseitig war: Von 63 Filmen waren über die Hälfte (32) amerikanische Produktionen, 30 stammten aus acht europäischen Ländern (darunter fünf aus der Schweiz), und ein einziger kam aus einem Land der Dritten Welt («La pedrana»,

Chile 1972). Das gleiche Verhältnis zeigt sich bei den vom Publikum ausgewählten Filmen: Zwölf amerikanische, drei französische, je zwei italienische und je ein bundesdeutscher und ein englischer. Das spricht nicht nur für die ungebrochene Beliebtheit des amerikanischen Films und seiner Stars beim Publikum, es zeigt auch, wie sehr auch das Spielfilmangebot im Fernsehen von ihm beherrscht wird. Wenn das Sommerprogramm in den nächsten Jahren weitergeführt wird, und daran ist kaum zu zweifeln, wünsche ich mir ein breiteres Spektrum des Angebots und eine entsprechende Zusammenstellung der «Pakete», damit auch weniger bekannte Autoren ausserhalb des amerikanisch-europäischen Kulturraumes eine Chance bekommen. Der Einwand, damit würde die Auswahl der Zuschauer eingeschränkt, gesteuert oder gar manipuliert, kann ich nicht ganz ernstnehmen, ist man doch sonst in dieser Beziehung beim Fernsehen alles andere als zimperlich.

Unberechenbares Publikum?

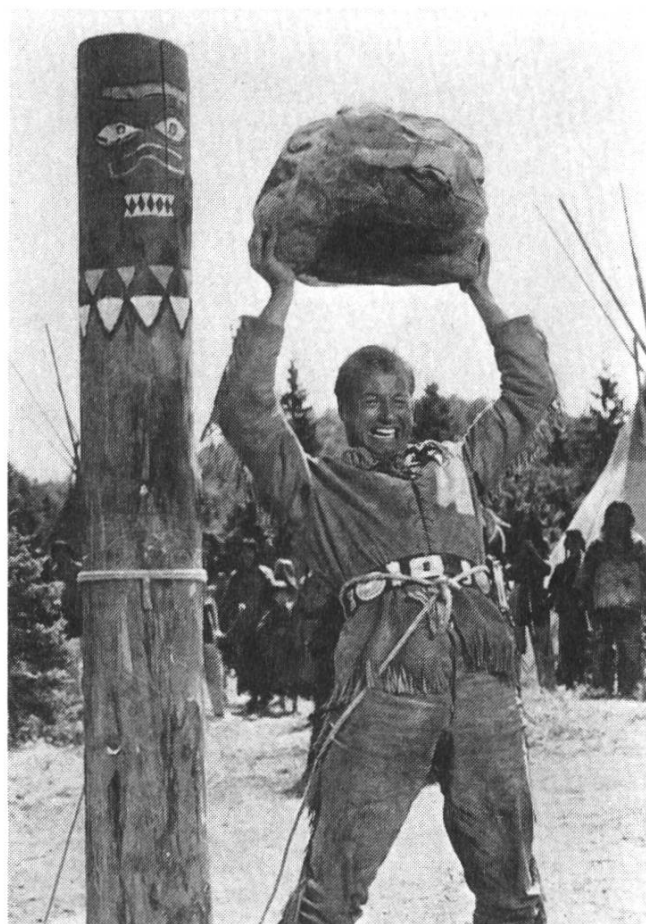
Entsprechend den Gepflogenheiten das Jahr hindurch, standen am Montag eher anspruchsvolle Werke, am Freitag Actionfilme (Western, Krimi- und Abenteuerfilme) und am Sonntag «Unterhaltung für die ganze Familie» zur Wahl. Ob die einzelnen Filme da immer richtig platziert waren, darüber lässt sich streiten. Eignet sich Richard Lesters «A Funny Thing Happened on the Way to the Forum» besser als sonntägliches Familienprogramm als die am Montag für die «Anspruchsvollen» programmierten Filme «Singin' in the Rain» und «Friendly Persuasion»? War es richtig, «The Old Man and the Sea» von John Sturges und Jean-Pierre Melvilles «L'armée des ombres» bei den Actionfilmen einzusetzen? Daraus, wie das Publikum gewählt hat, lassen sich aufgrund des Angebotes kaum grosse Schlüsse ziehen. Wie nicht anders zu erwarten, wurden leichte Unterhaltung und bekannte Stars bevorzugt. Doch gab es da überraschende Ausnahmen. Kurt Schaad gelang es trotz massivem Engagement nicht, «Let's

Make Love» und Marilyn Monroe den Zuschauern beliebt zu machen, sie zogen Alec Guinness im eher faden «All at Sea» vor. Dass Viscontis «The Damned» gewählt wurde, darf kaum nur seiner Qualität zugeschrieben werden, sondern der Tatsache, dass Fernandel und Bourvil wegen der Untertitelung von «La cuisine au beurre» und der DDR-Film «Bis dass der Tod euch scheidet» keine echten Konkurrenten waren. Dass Robert Bressons «Une femme douce» sowohl «Big Carnival» mit Kirk Douglas als auch «My Little Chikadee» mit Mae West und W. C. Fields aus dem Felde schlug, war die grösste Überraschung des Spielfilm-Wunschprogramms. Ausschlaggebend war vermutlich der für die Präsentation ausgewählte, gefühlvolle Ausschnitt aus dem Bresson-Film.

Dass jeweils sehr unterschiedliche Filme zusammengestellt wurden, um den Zuschauern eine wirklich echte Auswahl zu ermöglichen, so dass sie nicht etwa nur zwischen drei Rühmann-Filmen oder drei Western wählen konnten, lässt sich durchaus rechtfertigen. Dennoch könnte ich mir eine sinnvollere Zusammenstellung vorstellen, ohne dadurch die Wahl zu manipulieren. Die Vielfalt der Auswahl muss ja nicht bei jedem einzelnen Angebot strapaziert werden, sondern sollte in der Gesamtreihe dadurch zum Zuge kommen, dass auch Ungewohntes, Schwieriges, Anspruchsvolles oder Ausgefallenes so zusammengestellt wird, dass es die Chance einer Wahl erhält. Genau wie Ausgewogenheit kann auch Vielfalt nicht in jeder Einzelsendung, wohl aber im Gesamtprogramm verwirklicht werden.

Serien-Wunschprogramm

Weniger spektakulär ging das Wunschprogramm mit Serien im Vorabendprogramm (Zusammenstellung: Sepp Burri, Abteilung für Familie und Fortbildung; Präsentation: Rosemarie Pfluger) über den Bildschirm. Zur Auswahl standen elf Serien. Gewählt wurden, jeweils mit fünf Folgen von Montag bis Freitag, «Ein Fall für Männli», «Wickie und die starken Männer», «Dick und Doof», «Familie Feuerstein» und «George». Letzterer



Karl-May-Filme beim Publikum in der Favoritenrolle. Lex Barker als Old Shatterhand in «Der Schatz im Silbersee».

schaffte es erst beim dritten Anlauf dank der Methode, bei drei zur Wahl angebotenen Serien die jeweils zweitklassierte im nächsten Angebot wieder zu bringen. Durchgefallen sind «Lassie's Abenteuer», «Menschen, Mächte, Musikanten», «Das Jahrhundert der Chirurgen», «Die seltsamen Methoden des Franz Josef Wanninger», «Kleinstadtbahnhof» und «Die Tausenderreportage». Weil das Programm relativ kurzfristig zusammengestellt werden musste, wurden in erster Linie Eigen- und Koproduktionen berücksichtigt, weil diese in bezug auf Rechte und Verfügbarkeit am wenigsten Probleme stellten. In die engere Wahl kamen auch Serien, die von Zuschauern immer wieder gewünscht worden sind. Die (vorwiegend jungen) Zuschauer wählten per Postkarten, von denen jeweils um die 800 eintrafen, die Serie für die folgende Woche. Am beliebtesten sind offenbar Trickfilme («Wickie», «Familie Feuerstein»),

gefolgt vom Softkrimi «Männli» mit Ruedi Walter und Margrit Rainer, Laurel und Hardy sowie dem Bernhardiner «George». Keinen Anklang gefunden haben die Serien mit dokumentarischem Hintergrund.

Das Serien-Wunschprogramm hat einmal mehr gezeigt, wie schitter es um das Vorabendprogramm steht, wenn nur solch fade, gleichförmige und banale Streifen zur Verfügung stehen. In dieser Umgebung erschienen Laurel und Hardy geradezu als Wunder an Vitalität und Originalität. Aber besseres ist in dieser Sparte offenbar nicht aufzutreiben. Kein Wunder, dass die Serien kein attraktives Umfeld für Werbesendungen bilden können und sich die Verantwortlichen im Hinblick auf den neuen Strukturplan 1984 etwas Neues einfallen lassen wollen (vgl. den Beitrag von Peter Kaufmann in dieser Nummer).

Als Fernseh-Demokratie verbrämte Sparübung

Geschickt wurde das «Sommer-Wunschprogramm» dem Publikum als Möglichkeit, das TV-Programm selber zu gestalten, beliebt gemacht. Das wäre eigentlich vorbehaltlos zu begrüßen, gäbe es da nicht einige Haken. Denn bei näherem Zusehen war es mit der im Wunschprogramm praktizierten «Fernseh-Demokratie» – Kurt Schaad nahm dieses strapazierte Wort einige Mal zu oft in den Mund – nicht so weit her, beschränkte sich doch die Auswahl auf einen engen Programmbereich und auf Reprisen, die, weil auch schon von ARD, ZDF oder ORF ausgestrahlt, zum dritten oder fünften Mal über den Bildschirm flimmerten. Die Möglichkeit, nicht nur Konserven zu wählen, wäre organisatorisch viel schwieriger zu lösen.

Stutzig macht auch, dass dieses angeblich so zuschauerfreundliche und demokratische Wunschprogramm erst unter dem Druck zum Sparen möglich wurde. Denn was hier als Dienst am Konsumenten angepriesen wurde, war zuerst und vor allem nichts als eine verbrämte Sparübung, liessen sich doch mit den Reprisen Millionen sparen. Nicht so recht

scheint die Wirtschaft mit mehr Werbung gespart zu haben. Lag es an der sich verschärfenden Rezession, oder wollte man erst einmal das Ergebnis abwarten und erst das nächste Mal einsteigen?

Wenn die Beliebtheit des Wunschprogramms in Zukunft beim Publikum anhält, dürfte es sich fernsehstrategisch als Glückstreffer auch in anderer Hinsicht erweisen, als wirksame Waffe nämlich gegen die Konkurrenz der Kabelnetze und des Pay-TV mit seinem Spielfilmangebot im Abonnement (vgl. den Beitrag von Jürg Frischknecht über die Rediffusion AG in der letzten Nummer).

Das Wunschprogramm passt gut in ein «volksnahes» Fernsehprogramm, wie es SRG-Generaldirektor Leo Schürmann immer wieder nachhaltig postuliert. Diese «Volksnähe» hat aber durchaus ihre Gefahren, wenn sie sozusagen zum obersten Prinzip von Radio und Fernsehen gemacht wird. Denn das «Volk» besteht keineswegs aus einem monolithischen Block Gleichgesinnter mit gleichem Geschmack und gleichen Bedürfnissen, sondern aus einer Vielfalt von Gruppen und Einzelnen mit ganz unterschiedlichen Ansprüchen auch an die Medien. Auch Minderheiten haben ein Recht darauf, in ihren Bedürfnissen ernstgenommen zu werden, ob es nun um Kultur, Politik oder Spielfilme geht. Radio und Fernsehen sind nicht nur Anstalten zur Befriedigung von «Volksbedürfnissen», sonst hätten wir wahrscheinlich bald nur noch Programme mit Robert Lembke, Peter Alexander, Heintje und dem Trio Eugster.

So publikumsfreundlich im Moment auch das Wunschprogramm erscheinen mag, so wird doch allzu leicht übersehen, dass jedesmal viele Zuschauer, die nicht ihren bevorzugten Film ins Programm brachten, enttäuscht waren. Wenn deren Wünsche nicht auch gelegentlich zum Zuge kommen, könnte sich das «volksnahe» Experiment mit der Zeit in sein Gegenteil verkehren. Und überhaupt: Ist es gesellschaftspolitisch noch zu verantworten, mit allen Mitteln möglichst viele Fernsehkonsumenten vor dem Bildschirm zu versammeln, indem man ihnen suggeriert, sie hätten das Programm selber gewählt? In Wirklichkeit wählen beim Wunschpro-

gramm relativ wenige aus einem engen Angebot für viele aus. Beim übrigen Programm haben dafür die Programmverantwortlichen gerade zu stehen. Beim Wunschprogramm lässt sich nun auch noch die Verantwortung dem Publikum in die Schuhe schieben. Franz Ulrich

Entwicklungen im Vorabendprogramm vom Fernsehen DRS

*Vermehrte Schweizer
Eigenproduktionen – langsamer
Abschied vom Serientermin?*

Mit eigenproduzierten Serien und einer stärkeren Typisierung der Serientermine will das Fernsehen DRS den Vorabend übersichtlicher und attraktiver gestalten. TV-Programmdirektor Ulrich Kündig möchte dem Zuschauer – vor allem im Hinblick auf den neuen Strukturplan 1984 – «eine abgewogene Mischung von Information und Unterhaltung» anbieten. Eine kritische Selbstanalyse habe ergeben, dass bisher die meist eingekauften Serienfilme im Vorabendprogramm des Fernsehens DRS oft zu inhaltslos und zu stark von gestalterischer Routine bestimmt gewesen seien, meinte Ulrich Kündig an einer Pressekonferenz im TV-Zentrum Zürich-Seebach. Und Verena Doelker, Leiterin der für den Vorabend verantwortlichen Abteilung «Familie und Fortbildung», doppelte nach: «Bei den Einkauf-Serien der früheren Jahre wurde immer wieder festgestellt, dass sie Rollen- und Verhaltensstereotypen in bezug auf Geschlechter, Altersgruppen, Milieu, Berufe und so weiter vermitteln, durch welche insbesondere jugendliche Zuschauer auf eine Welt vorbereitet werden, die es kaum mehr gibt.» Mit ihren Zugeständnissen geben die TV-Programmverantwortlichen zwar nachträglich all jenen kritischen Zuschauern und berufsmässigen Kritikern recht, die seit Jahren immer wieder die Qualität der Serienfilme bemängelt haben – doch sind wirklich nur neu festgelegte Qualitätsmassstäbe dafür verantwortlich, dass man fortan auf deutsche und amerikanische Billigprodukte verzichten will?

Sorgen mit den Einschaltquoten

Beim Entscheid, im familienbezogenen Vorabendprogramm den Schweizer Zuschauer «seine eigene Umwelt und sein eigenes Land» wieder finden zu lassen, wirkten möglicherweise unausgesprochene, aber handfeste Gründe mit. Die Serienfilme, einst durchaus kleine Publikums-magnete im Vorabendprogramm, haben seit einiger Zeit an Bedeutung verloren; besonders von seiten der Werbung wird ein katastrophaler Publikumsrückgang festgestellt. Dabei wäre allerdings noch genauer zu untersuchen, ob sich der Zuschauerschwund auf die Sendungen selber oder bloss auf die dazwischengeschalteten Werbeblöcke bezieht. Unbestritten bleibt, dass der Zuschauer vor allem in verkabelten Gebieten über ein grösseres Programmangebot verfügt und dieses auch nützt. Auch wenn es an der Pressekonferenz nicht gesagt wurde: Das schwindende Einkommen aus den rückläufigen Werbeeinschaltungen bereitet der SRG etwelche Sorgen. Neue Ideen und Vorschläge, wie man das Vorabendprogramm wieder attraktiver machen könnte, fallen daher auf fruchtbaren Boden, haben doch Zuschauerstudien gezeigt, dass ein zufriedenes Vorabendpublikum mehrheitlich dem Programm seines Senders (und damit auch dessen Werbeblöcken) treu bleibt. Innerhalb eines Jahres hat Programmdirektor Kündig deshalb mehrere gewichtige Änderungen und Experimente im Vorabendprogramm genehmigt. Bereits letzten Herbst wurde der «*Blickpunkt*» durch das auf 19.05 Uhr plazierte, wesentlich erweiterte Regionalmagazin «*DRS aktuell*» (vgl. ZOOM-FB 20/81, S. 22 ff) ersetzt. Er sei sehr zufrieden mit diesem Magazin, erläuterte Kündig, werde doch der Sendeplatz optimal genutzt; der qualitative Ausbau des Magazins werde durch das künftige Inlandkorrespondentennetz gefördert. «*DRS aktuell*» ist ein erster Schritt in Richtung des Strukturplans 1984, der einen Info-Block ab 19.00 Uhr mit Regionalmagazin, zwölfminütiger «*Tagesschau*» und anschliessendem vertiefendem Tagesmagazin bringen soll. Zwingend ergibt sich aus diesem Vorhaben, dass vor 19.00 Uhr eher unterhal-



Max Rüeger, der die Idee zum neuen Vorabendspiel «Inserate-Raten» entwickelt hat, und Regina Kempf teilen sich alternierend in die Moderation.

tende Programmakzente gesetzt werden müssen.

Erweitertes «Karussell»?

Schon mehrmals wurde versuchsweise das «Karussell» auf eine Stunde erweitert, lediglich unterbrochen durch einen Werbeblock um 18.30 Uhr. Dieses Experiment – eine mögliche Variante im Strukturplan 1984 – ist nicht ganz problemlos, ist der SRG doch vom Bundesrat vorgeschrieben, die TV-Werbespots deutlich vom eigentlichen Programmangebot abzuheben. Formal mag die Trennung in «Karussell I» und «Karussell II» in Ordnung sein. Genau besehen aber wird eine durchmoderierte Sendung brutal durch Werbung unterbrochen – ein bislang von der SRG bloss bei Sportereignissen, etwa Fussballspielen, ausprobiertes Modell, das stark an US-Commercial-Gebräuchen orientiert ist.

Zur Diskussion steht aber auch die Beibe-

haltung der bisherigen *Serienfilmliste*, die indessen durch mehr Live-Übertragungen mittels leichter Video-Ausrüstung, durch spielerische Formen und eben durch vermehrte schweizerische Bezüge den helvetischen TV-Konsumenten vor den Bildschirm locken soll. Beispiele für diese Bemühungen waren bisher die «Diräkt us...»-Sendewochen mit Wysel Gyr oder die Spielserie «3 Stühle» von und mit Emil Steinberger. Offen bleibt selbstverständlich die Frage, wie weit sich diese speziellen Angebote etwas modifiziert nicht auch in ein erweitertes «Karussell» einfügen liessen ...

Stärke Typisierung

Ab Herbst 1982 wird nun jedenfalls für eine weitere Versuchsperiode das Serienprogramm durch eine stärkere Typisierung der einzelnen Wochentage besser strukturiert. Verena Doelker: «Bei der Festlegung des spezifischen Charakters der einzelnen Sendetage wurde versucht, von den Bedürfnissen und Erwartungen des Vorabendpublikums auszugehen. Die Redaktion hat beispielsweise dem Umstand Rechnung getragen, dass

sich die Aufnahmebereitschaft des Zuschauers für anspruchsvollere Inhalte gegen das Wochenende hin eher abschwächt. Dementsprechend wird das unterhaltend-spielerische Element im Verlaufe der Woche zunehmend verstärkt.» Im einzelnen sieht das neue Serienangebot ab Ende September folgendermassen aus:

Montag: Plaziert werden hier vorwiegend anspruchsvollere Serienangebote in dramatischer Form und «mit starkem Wirklichkeitsbezug». Bereits ab 6. September ist die Serie «*Die Laurents*» zu sehen, die Geschichte einer Hugenottenfamilie in Preussen; ihr folgt ab 15. November die Schauspielergeschichte «*Bretter, die die Welt bedeuten*».

Dienstag: Mehrheitlich eigenproduzierte Sendungen sollen an diesem Tag «schweizerische Realitäten in das Vorabendprogramm einbringen». Ein erstes Beispiel ist ab 21. September die Serie «*Gschichte, wo's Läbe schriibt*» (vgl. ZOOM-FB 9/82, S.21), in denen ältere Schweizer dem Interviewer Urs Boeschstein aus ihrem Leben erzählen. Jede der qualitativ äusserst unterschiedlich gelungenen Folgen wird durch weiteres Dokumentarmaterial – persönliche Fotos, Filmausschnitte, Wochenschau-teile usw. – ergänzt.

Mittwoch: Tier- und Naturprogramme – nach wie vor die beliebtesten Serienangebote – sind regelmässig an diesem Tag programmiert. Den sechs Folgen aus der englischen Tierfilmserie «*Wildlife On One*» folgt ab 3. November die 13teilige DRS-Eigenproduktion «*Besuch im Zoo*», in der sich Walter Plüss als Reporter jeweils mit Tierwärtern aus verschiedenen Schweizer Zoos über ihre Arbeit und ihre Tiere unterhält.

Donnerstag: Action und Abenteuer vermitteln sollen vorwiegend internationale Koproduktionen. Zum Auftakt ab 23. September sind 13 Folgen der phantasievollen Serie «*Die Märchenbraut*» geplant.

Freitag: Mit Spiel und Spielerischem, das auch nur punktuell gesehen werden kann, will man an diesem Sendetermin bereits dem Wochenende Rechnung tragen. Ab 24. September präsentieren Max Rüeger und Regina Kempf abwechselungsweise das Quiz «*Inserate-Raten*», bei dem ein

Rateteam aufgrund eines kurzen Anspiel-films und verschiedener Fragen den Verfasser eines originellen Inseratetextes erraten soll. Wie bei Lembkes Dauerbrenner «*Was bin ich?*» weiss das Publikum zuhause und im Studio bereits zum voraus Einzelheiten über den ebenfalls im Studio anwesenden, für das Rateteam vorerst unsichtbaren Inserenten.

Peter Kaufmann

BÜCHER ZUR SACHE

Chronik von Chaplins Filmschaffen von 1914–1924

Fritz Hirzel: «Chaplins Schatten – Bericht einer Spurensicherung», Zürich 1982, Kaleidoskop Verlag, 472 Seiten, illustriert, Fr. 39.80

Ein Kritiker hat eine Hymne geschrieben auf die «filmische Gestaltung» dieses Film-Buches, er hat geschwärmt von der «ersten literarisch-visuellen Montage», da «schreibe sich die Sprache gleichsam in die Bilder hinein und wieder aus ihnen heraus». Und des Autors und Chaplin-Kenners Freund verwendet dann fast seine ganze Rezension zur detaillierten Argumentation, um diese reichlich hochgeschraubte und übertriebene These zu unterstützen. Von formaler Geschlossenheit des Buches kann allerdings mit Recht gesprochen werden. Erstaunlich ist, dass tatsächlich fast immer Text und Bild nicht nur lückenlos zueinander passen und sich im Rhythmus links-rechts wunderbar ergänzen. Aber die Beobachtung, hier schreibe sich der Text in die Bilder hinein, oder sowohl Text wie Bild seien völlig eigenständig und erzählten auf jeweils medienspezifische Art einen unabhängigen Strang der Gesamtgeschichte, und auf diese Art sei eine neue literarisch-visuelle Montage entstanden, diese Beobachtung hab ich nicht gemacht, zu dieser ästhetischen Euphorie hat mich das durchaus positive Erlebnis der Buchlektüre nicht getrieben. Dem Verzicht auf Gliederung, auf Zwischentitel, auf Rhythmuswechsel kann ich gleichwohl nichts abge-