

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 40 (1988)
Heft: 2

Artikel: "Meldeläufer" mit authentischen Botschaften
Autor: Schäfer, Horst / Carpio, Oswaldo / Kaspar, Stefan
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-931452>

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>

Horst Schäfer

«Meldeläufer» mit authentischen Botschaften

Eigenständige Entwicklung der Medien, seien es die Massenmedien oder Filmprojekte, ist für jede Volksgruppe, besonders aber für Länder der Dritten Welt und für Schwellenländer, unerlässlich zur Entwicklung und Konsolidierung ihrer Identität. Auch bei uns erfüllt sie die wichtige Funktion der Gegenströmung zum Nord-Süd- und Nord-Nord-Effekt; so können wir uns über Filme ein Bild von der Kultur der Völker machen, deren Repräsentanten uns sonst nur «exotisch» erscheinen. Horst Schäfer, Leiter des deutschen Kinder- und Jugendfilmzentrums in Remscheid, hat im Dezember 1987 mit einigen Vertretern der Gruppe Chaski gesprochen. Das Interview beleuchtet besonders die Aspekte der kulturellen Identifikation und der Projektfinanzierung. Ein neues Filmgesetz, dass dieses Jahr noch verabschiedet werden soll, sieht qualitätsabhängig unterschiedlich hohe Abgaben für ausländische Filme, die den Grossteil des Angebotes ausmachen, vor. Diese Abgaben sollen dann dem peruanischen Filmschaffen zur Verfügung stehen.

Im November/Dezember des vergangenen Jahres habe ich für das Goethe-Institut in einigen lateinamerikanischen Ländern eine Staffel mit «Jugendfilmen aus der Bundesrepublik Deutschland» vorgestellt. Zu den Kontaktpartnern – in Lima/Peru zählte auch die Grupo Chaski, bei uns vor allem durch ihren Film «Gregorio» bekannt. Von der Bandbreite ihrer Arbeit konnte ich mir an Ort und Stelle ein Bild machen; zu den von der Gruppe vermittelten Filmvorführungsorten gehörten neben der «filmoteca de lima» im Museo de Arte auch eine von Jesuiten geleitete Oberschule und eine Anstalt für kriminelle Jugendliche.

Die Grupo Chaski wurde 1982 von fünf Filmemachern gegründet. Heute sind es etwa 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die die Arbeitsbereiche Produktion, Vertrieb und Abspiel betreuen. Die Gruppe verleiht und setzt nicht nur ihre eigenen Filme ein, sondern auch andere, die ihrer Zielsetzung entsprechen. Domizil der Gruppe sind zwei ineinanderverschachtelte Häuser in der Calle Leon Velarde, 1064 Lima, 14 Peru, Casilla 140099.

In ihrer Arbeit setzt sich die Grupo Chaski mit den wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Problemen des Landes auseinander. Grundlage der Filmprojekte sind der direkte Kontakt zu den Menschen und die ausführliche Recherche bei der Aufarbeitung der Stoffe. Ohne grosses Engagement und persönliche Einsatzbereitschaft wäre diese Arbeit nicht zu leisten. Die Filme sind das Produkt einer Gruppenarbeit, die eine Hierarchiebildung vermeiden will. In dieser Arbeitsmethode sieht die Gruppe die Gewährleistung dafür, dass ihre Mitglieder an einem ständigen Lernprozess teilnehmen.

Die Filme der Grupo Chaski

spiegeln die peruanische (lateinamerikanische) Realität wider; hier kommen die zu Wort und Bild, die von den Massenmedien benachteiligt oder übergangen werden. Die Filme stehen parteilich auf Seiten der Protagonisten, haben einen Bezug zur Lebenswirklichkeit der Menschen, zu ihren Alltagserfahrungen.

Da es für die Finanzierung der Filmprojekte keine staatlichen Mittel gibt und eine Kooperation mit dem Fernsehen in Peru aussichtslos ist – die meisten Sender sind privat –, bilden die Verkaufs-, Verleih- und Einsatzbereiche der eigenen Filme die wichtigsten Bestandteile der Arbeit der Gruppe. Die Filme werden nicht nur in den Kinos gezeigt, sondern überwiegend in Form mobiler Veranstaltungen in den Vororten Limas und in den Dörfern des Landes, wohin die Vertreter der Gruppe meist mit dem gesamten Equipment anreisen müssen. Wichtig vor allem sind die Gespräche mit den Zuschauern nach der Vorführung. 1986 wurden ungefähr 450 dieser selbstorganisierten Veranstaltung durchgeführt; 1987 wurde diese Zahl noch übertroffen. Jährlich werden so etwa 100000 Menschen angesprochen. Mehr als die Hälfte der Einsätze fand in Lima und Umgebung statt; der Rest verteilt sich auf die Provinzen des Landes, wo sich die Filmarbeit mitunter aufregend und gelegentlich auch abenteuerlich ausnimmt. Das Ziel der Grupo Chaski ist es, über ihre eigenen Einsätze hinaus zur Gründung von Filmclubs beizutragen, die insgesamt später einmal ein Netz alternativer Abspielstellen bilden sollen.

Mit diesem Arbeitsansatz macht die Grupo «Chaski» ihrem Namen auch alle Ehre. «Chaski» kommt aus der Ketschua-Sprache und ist die Bezeichnung für den Meldeläufer der Inkas, der

früher eine wichtige Rolle im Informations- und Kommunikationssystem einnahm. Heute, wo «die Bilder das Laufen lernen», müssen zeitgemässe Formen der Kommunikation erprobt und gefestigt werden.

Das nachfolgende Gespräch fand Mitte Dezember im Haus der Grupo Chaski in Lima statt. Für die Grupo Chaski nahmen daran teil: Oswaldo Carpio, Stefan Kaspar, Alejandro Legaspi und René Weber.

Horst Schäfer: Vielen Dank für die Einladung und den Rundgang durch das Haus. Vor einigen Jahren, als Ihr erst wenige Leute wart, habt Ihr da schon einmal daran gedacht, dass Ihr ein paar Jahre später mit einem so grossen Team arbeiten werdet?

Grupo Chaski: Am Anfang war uns dieser Gedanke noch sehr fern. Uns schwebte ein Team in einer etwas kleineren Dimension vor. Neben der Produktion dachten wir nur an die Vorführung dieser Filme ausserhalb der «offiziellen» Medienstruktur. Mit «Miss Universo en el Peru» wussten wir ja auch genau, dass er weder für das Kino noch für das Fernsehen in Frage kommt, da er mit diesen Massenmedien kritisch umgeht.

Unsere Gruppe ist grösser geworden, als wir beim Einsatz des Films an vielen Stellen des Landes die vorhandenen Bedürfnisse aufspürten, die nicht abgedeckt wurden, aber enorm wichtig sind für ein unabhängiges Filmschaffen. Da wir wollten, dass die Stimmen des Landes auch ausserhalb Perus gehört werden, mussten wir uns dann auch stärker den Fragen von Vertrieb und Verleih zuwenden. So nach und nach ist dann die Konzeption eines integralen Filmschaffens entstanden, mit der wir auch Spezialisierungen

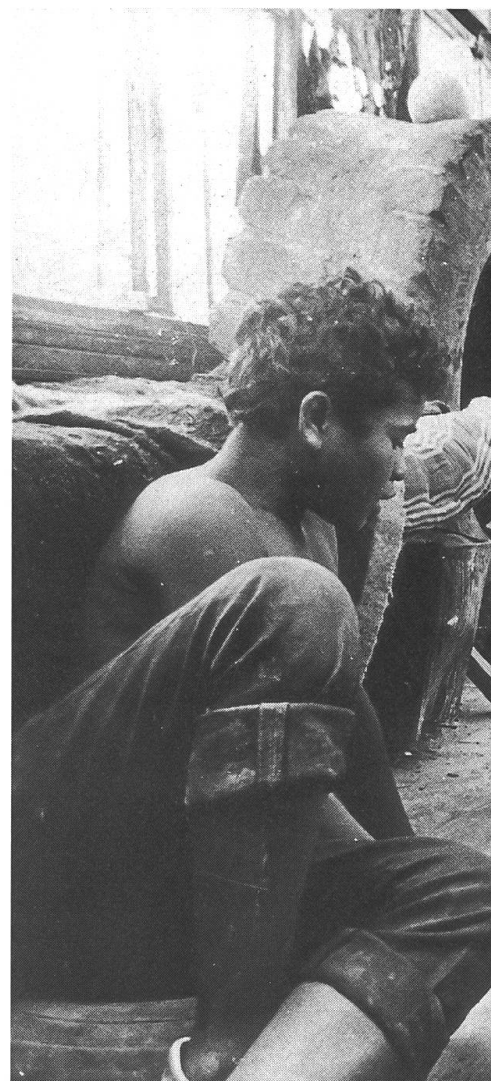
durchbrechen wollen. Chaski ist gewachsen – schneller, als wir es uns zunächst vorgestellt hatten.

«Gregorio» ist bei uns, in den deutschsprachigen Ländern, sehr bekannt geworden. Welche Resonanz und Akzeptanz hat der Film hier in Peru gefunden?

In den kommerziellen Kinos ist er sehr gut gelaufen, es haben ihn dort etwa 800 000 Zuschauer gesehen. Das ist sehr viel für einen peruanischen Film in unseren Kinos, der sich bei unserem Publikum nur schwer durchsetzen kann, da die Filme aus Nordamerika dominieren. Der Film wurde auch vom Fernsehen ausgestrahlt, wo er ungefähr zwei Millionen Zuschauer hatte. Darüberhinaus befindet er sich selbstverständlich auch in unserem Verleihprogramm. Wir verfügen in Peru insgesamt aber noch über viel zu wenig Spielstellen ausserhalb der Innenstädte. Wir gehen also mit diesem Film raus zu den Leuten in die Vororte, in die Provinzen des Landes und in den Dschungel.

«Gregorio» ist ein ganz wichtiger Film. Wenn wir vom Niveau unseres Volkes ausgehen, so ist er vielleicht sogar der wichtigste Film. Der Film ist überall bekannt. Wenn wir einen Film machen – in einem Armenviertel beispielsweise, wo andere Teams nicht drehen können –, so werden wir freundlich aufgenommen und unterstützt, wenn wir «die Gruppe sind, die «Gregorio» gemacht hat». Der Film ist für uns wie eine Eintrittskarte.

Bei «Gregorio» war es auch das erste Mal, dass auf einem Filmplakat ein peruanisches Gesicht, ein peruanisches Kind, zu sehen war. Hiermit konnten wir eine starke Identifikationsmöglichkeit schaffen.



Alltag in Peru, aus der Sicht unterprivilegierter Kinder, die als Schuhputzer und Strassenclowns ein armseliges Dasein fristen und sich gelegentlich mit kleinen Diebstählen etwas dazuverdienen: «Gregorio» (1984) der Grupo Chaski.

In der Bundesrepublik und in der Schweiz kennt man Eure Filme; es gibt gute Kontakte, regelmässige Treffen, Kooperationsmodelle. Ist das rein zufällig so entstanden oder ist der internationale Teil Eurer Arbeit ein wesentlicher Bestandteil des Konzepts?

Die Ausrichtung nach aussen ist Teil des Konzepts. Für die Realisierung war es ein Vorteil, das Stefan als Schweizer Gründungsmitglied einer Filmema-



chergruppe in Peru ist. Dieser Aspekt wurde von den anderen Mitgliedern geteilt. Wir wussten, dass die Informationen über Filme aus Peru in anderen Ländern unzureichend sind, die lateinamerikanischen Staaten eingeschlossen. Andererseits wird unser Land überschwemmt mit Produkten schlechter oder schlechterer Qualität, die aus anderen Ländern kommen. Das ist ein Zustand, unter dem wir hier zu leiden haben. Deshalb war es für uns von Anfang an wichtig, Auslandskontakte zu pflegen. Über die Jahre hinweg ist ein Netz von Partnerstellen aufgebaut worden; sie sitzen in der Bundesrepublik, in der Schweiz, in Schweden und Frankreich, in Belgien und Holland, in Österreich, in einigen sozialistischen Ländern, in Ka-

nada und in den Vereinigten Staaten. Wir kennen jetzt überall solche «Türen, die sich etwas geöffnet haben», und wo Interesse an Botschaften besteht, die aus den Ländern der Dritten Welt von Innen heraus entstehen. Ein Beispiel dafür: «Miss Universo» wurde als 16 mm-Kopie in 12 Länder verkauft und ans Fernsehen in zehn Länder. Bei «Gregorio» verhält es sich ähnlich. Wir haben bewiesen, dass peruanische Filme auch ausserhalb des Landes von Interesse sind. Es ist eine Basis dafür entstanden, den interkulturellen Austausch zu intensivieren.

Am vergangenen Sonntag sah ich durch Zufall an einer Strassenkreuzung einen jungen Mann, der bei den Rotphasen

der Ampeln Autoscheiben putzte. Das ist zunächst nicht ungewöhnlich, viele verdienen so etwas Geld. Dieser hier aber war eine Ausnahme, weil er seine Arbeit – meist als aufdringlich empfunden – wie ein Akrobat verrichtete. Er jonglierte mit Lappen und Papier und machte aus seiner Arbeit eine kleine, witzige Show, was den Leuten offensichtlich gut gefiel und ihm hoffentlich auch den verdienten Lohn eingebracht hat. Ich habe kurz darauf erfahren, dass Ihr über diesen Typ einen Kurzfilm gemacht habt, der wiederum Teil einer kleinen Serie ist. Was hat es damit auf sich?

Es ist interessant, dass Dir diese Figur aufgefallen ist. Für uns gibt es viele solche Menschen, aber sie gehören mittlerweile zum Alltag, und wir schauen auch gar nicht mehr richtig hin. Als Medienschaffende wollen wir wieder etwas genauer beobachten, hinschauen und den Blick konzentriert darauf lenken. Mit diesem Alltag, mit dem Gewöhnlichen, haben fast alle Themen von Chaski etwas zu tun.

Mit unserer Serie von Kurzfilmen möchten wir Figuren aus dem Alltag herauslösen, näher herangehen und sie auch zu Wort kommen lassen. Es wird ein ungeheurer Reichtum an Bewusstsein, Sichtweisen und Reflektionen deutlich.

Ich habe jetzt vier Filme aus dieser Serie gesehen, alle so zwischen 10 und 15 Minuten. Es ist der über den Scheibenputzer, einer über zwei etwa zehnjährige Jungen, die auf dem Grossmarkt ihr Geld verdienen müssen, ein Film über eine idealistische Frau, die unter grossen Entbehrungen einen kleinen Privat-zirkus unterhält, und das Porträt eines Sechzigjährigen, der – mit seinem Werkzeug – in der

«Ob schön oder hässlich, die Frau ist kein Gegenstand» – Einwand demonstrierender Frauen in Lima gegen eine Schönheitskür: «Miss Universo en el Peru» (1982) der Grupo Chaski.



«grössten Autowerkstatt der Welt» arbeitet. Diese «Werkstatt» entpuppt sich als eine vielbefahrene Autostrasse, wo rechts und links daneben viele solcher Handwerker arbeiten. Gibt es noch mehr Filme aus dieser Reihe?

Wir denken an ungefähr 12 Filme, aber nur vier davon sind bereits fertig.

Diese kurzen, prägnanten Filme sind eine fast meisterliche Form, die Lebenswirklichkeit dieser Menschen einzufangen. Die schwierigen Lebens- und Arbeitsbedingungen werden deutlich sichtbar, aber die einzelnen Menschen strahlen einen Optimismus aus, auch wenn sie ihre Angst vor dem ungewissen Morgen nicht verschweigen. Ich denke, dass diese Filme sehr viel an Kraft vermitteln können.

In Europa denkt man sehr oft, hier gibt es nur eine kleine Schicht von Leuten, die Geld haben und die Macht besitzen; der Rest lebt in ungeheurer Armut usw. Wir wollen zeigen, dass es diese Armut gibt, aber es gibt auch eine innere Kraft, Organisationsmöglichkeiten aufzuspüren, die das Leben etwas erleichtern. Sie haben Utopien, sie sind vital. Das ist die eigentliche Kraft, die diesem Land eine Zukunft gibt. Diese Filme zeigen, was Peru auch sein kann oder sein könnte. Menschen, die eine kritische Situation überwinden, können Beispiele setzen. Das ganze Volk von Peru hat diese Kraft und die Solidarität ist sehr gross – Dinge, die Ihr in Europa nicht so kennt und die sich schon gar nicht übermitteln, wenn Ihr mit den Kameras zu uns kommt und ein paar Fotos von hungernden Kindern macht. Unsere Realität

ist viel komplizierter. Wir wollen zeigen, was dahintersteckt.

In der Etage über uns, in Euerem Besetzungsbüro, sind gerade einige Kinder, die für einen Film getestet werden. Das ist wohl das aktuelle Spielfilmprojekt?

Mit diesem Film knüpfen wir an die Erfahrungen mit «Gregorio» an. Wir möchten einen Aspekt herausgreifen: den Wert der kollektiven Arbeit. Wir wollen uns von Schema und Klischee der überkommenen Spartenteilung trennen; wer genau hat eigentlich die «John-Ford-Filme gemacht»?

Hier sind die Arbeitsbedingungen völlig anders und die Struktur unserer Arbeit muss den Erfordernissen des Landes entsprechen. Wir müssen *alle* Fähigkeiten und Talente nutzen, unter extremen Verhältnissen



einen Film zu realisieren. Es ist wichtig, genau zu recherchieren, Kenntnisse zusammenzutragen und den Protagonisten Beteiligungsmöglichkeiten einzuräumen. Wir müssen genau wissen, wie die einzelnen Menschen zueinander stehen, wie ihre internen Beziehungen sind. Wir bilden Arbeitsgruppen und gehen verschiedenen Themen nach. Der Teil der Rollenbesetzung ist nur ein Teil eines Ganzen, das von allen verantwortet wird. Wir sind jetzt dabei, die Teile zu vereinigen.

Aber nicht nur unsere Arbeitsweise, sondern auch das Thema des Films knüpft an «Gregorio» an. Wir haben sehr viel gelernt, was die Annäherung an Kinder und den Umgang mit der Filmsprache angeht. Jetzt kommt ein neuer Aspekt hinzu: die Situation eines jungen Mädchens, welche sich völlig anders darstellt als

die von «Gregorio». In «Julian und Juliana» geht es um ein zehnjähriges Mädchen, das in der Stadt aufgewachsen ist und sich als Mädchen durchsetzen muss in einer Welt, die durch die Männer geprägt ist. Wir wollen dieses Problem in einer kurzen Geschichte aufzeichnen, deren einzelne Elemente aber erst durch die Arbeit mit den Kindern konkreter werden. Der jüngere Bruder des Mädchens hat eine Arbeitsmöglichkeit gefunden, die interessant ist: in einer Musikgruppe mitzuwirken, in Autobussen zu singen usw. Gleichzeitig nehmen die Konflikte in der Familie zu, da das Mädchen sich mit ihrem Stiefvater nicht sehr gut versteht.

Es kommt der Augenblick, wo sie sich wie ihr jüngerer Bruder entwickeln möchte: unabhängig und ausserhalb der Familie, was für ein Mädchen völlig ungewöhnlich ist. Um den Eintritt in

diese Gruppe zu schaffen, muss sie sich als Junge ausgeben. Juliana schafft es und entwickelt sich zu einer starken Kraft dieser Gruppe, was zu Spannungen zwischen ihr(ihm) und dem Gruppenleiter führt. Sie legt sich auch mit dem Mann an, der die Gruppe «managt» und sie dabei ausbeutet. Ihre beiden Gegenspieler finden heraus, dass Julian in Wahrheit Juliana (und ein Mädchen) ist. Für einen Augenblick gerät alles ins Wanken, aber am Ende des Filmes möchten wir zeigen, dass Juliana durch ihre Erfahrungen und ihr Durchsetzungsvermögen in ihrem Selbstfindungsprozess einen wesentlichen Schritt weitergekommen ist. In einem Epilog wird verdeutlicht, dass die neugewonnene Kraft hilft, Anschluss an eine neue Gruppe zu finden und den Familienstreit zu überwinden.

Ein Hinweis noch zur Finanzierung: ohne die Beteiligung des ZDF (Kinderprogramm) und andere europäische Geldgeber könnten wir den Film nicht machen.

«Juliana» ist in einer anderen Situation als «Gregorio», aber der ist mittlerweile ein paar Jahre älter geworden, und seine Situation hat sich sicherlich auch verändert. Wie geht Ihr damit um?

Wir führen kontinuierlich Gespräche über die Themen künftiger Filme. Ein wichtiger Anhaltspunkt für diese Diskussionen sind die Ergebnisse der Gespräche mit dem Publikum unserer Filme. Hier tauchen Fragen, Anregungen und Anforderungen auf, die wir verarbeiten. «Gregorio» hat ein offenes Ende, was wir auch ganz bewusst so gemacht haben, weil ihm ja auch noch – im Alter von 12 Jahren – viele Möglichkeiten und Wege offen sind.

Der Kontakt mit den «Gregorio»-Kindern hat nach dem Film weiterbestanden und wir haben ihre Wege verfolgt. Zusammen mit unseren Erfahrungen haben wir ausreichend Material, die uns zu einer Fortführung des ersten Films ermutigen. Es wäre der dritte Film einer Trilogie, wo Elemente der ersten Filme aufgenommen und weitergeführt werden können.

Hier möchte ich gerne einmal die Frage nach der Verantwortung der Filmemacher gegenüber den Kindern und Jugendlichen ansprechen, mit denen Ihr arbeitet, die Ihr für einige Zeit ihrem Alltag und ihrer gewohnten Umgebung entzieht und die Ihr «herausstellt». Vor wenigen Wochen ging eine Meldung durch die Presse, die den Abschluss eines sehr tragischen Falls bildete. Ein brasilianischer Regisseur hatte vor einigen Jahren mit dem 12jährigen Jungen

Fernando Ramos da Silva einen Film gemacht, und der Junge wurde in seiner Rolle als «Pixote» sehr berühmt. Er hat diesen Ruhm nicht verkraftet, wurde später kriminell und hat sich schliesslich umgebracht. Es ist mir klar, dass Ihr bei Euerem Selbstverständnis und bei Euerem Vorgehen solche Entwicklungen vermeiden werdet. Aber wie genau sieht das in der Praxis aus?

Generell geht es zunächst einmal um einen politischen und um einen ethischen Aspekt. Es gibt so etwas wie eine rudimentäre Demokratie, um einen Ansatz, der in der Praxis überall Lücken aufweist. Es gibt soziale und wirtschaftliche Unterdrückung, die Verletzung von Menschenrechten usw. Dieses Umfeld bringt mit sich, dass die davon am meisten Benachteiligten die Frauen und die Kinder sind. Chaski hält es für seine Pflicht, gerade diesen Gruppen besonders zu helfen; Frauen und Kinder haben die erste Priorität. Neben diesem politischen Engagement muss sich unsere Haltung auch ausdehnen auf die beteiligten Personen, die in unseren Filmen mitmachen. Wir achten schon sehr früh darauf, dass die Möglichkeiten der Weiterführung von Kontakten auch nach Beendigung des Projektes bestehen. Die Dreharbeiten dürfen keinen zu grossen Einbruch in das Leben eines Kindes bedeuten. Das Umfeld muss stabil sein, damit die Basis dafür gegeben ist, die Kinder auch später zu begleiten. So halten wir es. Wir als Filmemacher solidarisieren uns auch mit den Menschen, mit denen und für die wir arbeiten. Da gibt es schon so etwas wie eine Verbindung des Filmemachens mit der Sozialarbeit. Das Schicksal von «Pixote» ist etwas, was wir – so oder in vergleichbarem Sinne – unbedingt vermeiden wollen.

Nun noch eine abschliessende Frage; sie gilt der Filmpolitik dieses Landes. Zur Zeit wird ein neues Filmgesetz beraten. Was bringt es für Euch? Wie beurteilt Ihr Euer Aussichten im Hinblick auf eine bessere Förderung der peruanischen Filme?

Augenblicklich ist es so, dass das seit 1972 existierende Filmgesetz zwei positive Dinge beinhaltet: das obligatorische Abspielen von Kurzfilmen im Kino (vor dem Hauptfilm) und die damit verbundene (angedachte) Förderung späterer Langfilm-Projekte. Diese Idee hat in der Praxis aber nicht funktioniert, da die Finanzierung eines Spielfilms auf diese Art und Weise *allein* nicht zu sichern war. Es entstehen 50 bis 70 Kurzfilme im Jahr, und viele Filmemacher haben sich ganz auf diese Arbeit konzentriert. Es gibt jährlich nur zwei bis vier Spielfilme. Der peruanische Film hat jetzt nur einen Anteil von 0,7 Prozent am Gesamtumsatz in unseren 400 Kinos. Die kulturelle Fremdbestimmung beim Filmwesen verhindert eine nationale Entwicklung.

Durch politischen Druck und durch kulturellen Aufbruch wurde vor anderthalb Jahren eine Kommission eingesetzt, in der alle Filmbereiche vertreten sind. Aufgabe war der Entwurf eines neuen Filmgesetzes. Vor drei Monaten ist diese Arbeit beendet worden. Die Kommission hat einiges geändert und Verbesserungen eingefügt, die fast zu einer radikalen Veränderung der Situation führen könnten. Der Gesetzesentwurf beinhaltet verschiedene Punkte, die zum ersten Mal die Basis für ein nationales Filmschaffen bilden könnten. Wir sind ein armes Land, und wir können nicht erwarten, dass sich hier neue Quellen für die Filmförderung auftun. Wir müssen uns das Geld dort holen, wo es uns ent-

zogen wird: im Kino. Genauer gesagt: Von den Geldern, die die amerikanischen Verleiher aus dem Land ziehen, wollen wir einen Teil einbehalten. Wir wollen Qualitätskategorien bei den ausländischen Filmen einführen und sie unterschiedlich mit Abgaben für den peruanischen Film belegen. Wir hoffen auch, dass sich dadurch die Qualität der importierten Filme anhebt. Mit der Auflehnung gegen die kulturellen Unterdrücker wollen wir uns mit eigener Kraft eine Basis für das nationale Filmschaffen erarbeiten.

Das Gesetz hat eine Chance, angenommen zu werden. Die politischen Verhältnisse sind augenblicklich recht günstig dafür. Anfang 1988 kommt das Gesetz ins Parlament. Wenn es gut läuft, kann es in der ersten Hälfte 1988 in Kraft treten.

Und wie verhalten sich denn die US-Verleiher dazu? Mit Sicherheit werden sie doch ein solches Gesetz zu verhindern versuchen.

Sie haben sich gerade jetzt getroffen; sie werden alles daran setzen, dieses Gesetz zu torpedieren. Denn sie sind für den Ist-Zustand verantwortlich und profitieren am meisten davon. Für Kino und Verleih läuft das Geschäft mit den Hollywood-Filmen. Aus Lateinamerika holen die nordamerikanischen Verleiher mehr Geld heraus als die Erdölgesellschaften. Das werden sie nicht ändern wollen. ■

KURZ NOTIERT

Wechsel an der Spitze der SRG

Seit dem Jahreswechsel gibt es Änderungen an der Spitze der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG): Prof. Dr. Leo Schürmann, seit 1981 als SRG-Generaldirektor im Amt, übergibt das Szepter seinem Nachfolger Antonio Riva. Nachdem sein Vorgänger Schürmann die SRG-Financen ins Lot gebracht, das Programmangebot von Radio und Fernsehen ausgebaut und die interne Organisation des Unternehmens gestrafft hat, geht es nun für Riva um die Erhaltung der SRG als unabhängige nationale Institution mit 3500 Festangestellten und 2000 Honorar-Mitarbeitern mit zehn Radio- und drei Fernsehprogrammen in allen vier Landesteilen. Die SRG will trotz heftigem ausländischem Konkurrenzdruck und den Rufen aus dem Inland nach privaten Sendern auch in Zukunft die Grundversorgung der gesamten Schweiz mit Radio- und Fernsehprogrammen sicherstellen.

Unter hohem Erwartungsdruck stehend, führte der Solothurner Leo Schürmann die SRG in sieben Jahren zum dynamischen Medienunternehmen mit Leitbild, Programmgrundsätzen und gestärktem Öffentlichkeitsbewusstsein. Mit dem 52-jährigen Tessiner Antonio Riva übernimmt zu Jahresbeginn 1988 ein Kenner des Unternehmens – bis Ende 1987 Direktor der Programmdienste bei der Generaldirektion SRG – das höchste Amt als Generaldirektor. Der im Freiburgischen wohnhafte Jurist und Vater von zwei Söhnen hat in den letzten fünf Jahren eng mit dem scheidenden Generaldirektor zusammengearbeitet

und dabei seine profunden Kenntnisse der elektronischen Medien und des Unternehmens SRG vertiefen können.

Ebenfalls auf den 1. Januar 1988 ist der bisherige Leiter der Programmkoordination Radio und Fernsehen bei der Generaldirektion, Roy Oppenheim, zum Stabschef der Generaldirektion der SRG berufen worden. Der bisherige Stabschef, Dr. Markus T. Drack, übernimmt neue Aufgaben im Bereich der Unternehmenspublizistik (Jahrbuch, Sozialbilanz u. a.) und des Alarmierungswesens. Neuer Direktor Programmdienste bei der Generaldirektion ist Ulrich Kündig, der in seinem Amt als Programmdirektor Fernsehen DRS von Peter Schellenberg abgelöst wird.

Rundfunkversuchsordnung bis Ende 1990 verlängert

wf. Die im Juni 1982 erlassene und bis Ende 1988 befristete Verordnung über lokale Rundfunkversuche (RVO) ist vom Bundesrat um zwei Jahre bis zum 31. Dezember 1990 verlängert worden. Damit gilt die Versuchserlaubnis für Lokalradios, Lokalfernsehversuche und Bildschirmtextdienste weiter bis Ende 1990. Gleichzeitig hat der Bundesrat das umstrittene Branchenverbot gelockert. Seit Anfang dieses Jahres können die Lokalsender auch Werbung in dem bis anhin der Presse vorbehaltenen Stellen- und Liegenschaftenmarkt betreiben. Von der Werbung ausgeschlossen bleiben alkoholische Getränke, Tabak, Medikamente sowie phosphathaltige Waschmittel. Neue Versuchsbewilligungen können erteilt werden, jedoch nur in Gebieten, in denen bisher noch kein Veranstalter tätig war.