

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 42 (1990)
Heft: 6

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: 19.02.2026

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

ZOOM

Illustrierte
Halbmonatszeitschrift

ZOOM 42. Jahrgang
«Der Filmberater»
50. Jahrgang

Mit ständiger Beilage
Kurzbesprechungen



Jessica Lange verkörpert in «Music Box» eine Anwältin, die die Verteidigung ihres Vaters, eines angeblichen Kriegsverbrechers, übernimmt und dabei ihre Karriere und alles, woran sie glaubt, aufs Spiel setzt. Wie stets bei Costa-Gavras stellt sich das Private als eminent politisch, das Politische als packendes persönliches Drama dar.

Bild: Monopole Pathé Zürich

Vorschau Nummer 7

Serie: Fernsehen in Europa
Neue Filme:
Driving Miss Daisy
Rain in Swing City
Steel Magnolias
Medien aktuell:
Musikalische Meditation
Neue Schweizer Fernseh-Krimis

INHALTSVERZEICHNIS 6/21. MÄRZ 90

FILM IM KINO

2	Always	A. Sury
4	Dad	Z. Cavigelli
5	The War of the Roses	P. Horlacher
8	Mountains of the Moon	C. Fischer
10	The Handmaid's Tale	D. Slappnig
11	Music Box	F. Ulrich
14	La vie et rien d'autre	K.-E. Hagmann

FILM AUF VIDEO

16	Rampage	M. Bodmer
----	---------	-----------

THEMA TV-SIGNETE

17	Tanz der Logos	F. Wolf
----	----------------	---------

THEMA FILM IN OST UND WEST NACH DER WENDE

22	Die Öffnung im Osten und das Europäische Kino	B. Glur
25	Spurensicherung vor dem Ausverkauf	K. Saurer

SERIE GESCHICHTE DES FILMS IN 250 FILMEN

28	Sowjetischer Film kurz vor dem Zweiten Weltkrieg	M. Zerhusen
----	---	-------------

MEDIEN UND MUSIK

32	«Classic» zu Schleuderpreisen	A. Brunner
----	-------------------------------	------------

IMPRESSUM

Herausgeber

Evangelischer Mediendienst
Verein für katholische Medienarbeit (VKM)

Redaktion

Ursula Ganz-Blättler, Franz Ulrich,
Bederstrasse 76, Postfach, 8027 Zürich,
Telefon 01/202 01 31, Telefax 01/202 49 33
Dominik Slappnig, Judith Waldner,
Bürenstrasse 12, 3001 Bern Fächer,
Telefon 031/45 32 91, Telefax 031/46 09 80

Abonnementsgebühren

Fr. 55.– im Jahr, Fr. 33.– im Halbjahr
(Ausland Fr. 59.–/36.–).
Studenten und Lehrlinge erhalten
gegen Vorweis einer Bestätigung
der Schule oder des Betriebes eine

Ermässigung (Jahresabonnement Fr. 45.–,
Halbjahresabonnement Fr. 27.–,
im Ausland Fr. 49.–/29.–).
Einzelverkaufspreis Fr. 4.–
Gönnerabonnement: ab Fr. 100.–

Gesamtherstellung, Administration und Inseratenregie

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

Konzept

Markus Lehmann, Stämpfli + Cie AG

Layout

Irene Fuchs, Stämpfli + Cie AG

*Liebe Leserin
Lieber Leser*

Ein eindrückliches Gebäude, wie es sich da neuerdings beim Einfahren im Hauptbahnhof Zürich linker Hand präsentiert! Die Inspiration stammt aus der Fabrikarchitektur des letzten Jahrhunderts, das verraten schon der rohe, rote Backstein und das filigrane Metallwerk, das den (einstigen) funktionalen Charakter nicht verhehlt. Ist das die Neue Sachlichkeit, die «Neue Ehrlichkeit» gar? Nicht ganz: Bauherrin der nagelneuen «Fabrik» ist eine Grossbank, und sie will (laut Eigenwerbung) im Begriff des *Designs* eines der wichtigsten Schlüsselworte der neunziger Jahre geortet haben.

Auch Fernsehprogramme verkaufen sich heute, im Zeitalter der sich ständig neu (re-)produzierenden Postmoderne, zu einem wesentlichen Teil über die Macht der Illusion. Das Image, oder besser das *Corporate Design*, um bei dem korrekten (englischen) Begriff zu bleiben, spielt eine wichtige Rolle, nicht nur bei den privaten Sendern, die ihr Publikum u. a. mit hüpfenden Gummibällchen (SAT 1) zu entzücken suchen, sondern immer mehr auch bei den öffentlich-rechtlichen Stationen.

Als die ARD ihre stramme «Eins» ins Rennen schickte, um sie alsogleich das Tanzen zu lehren (vgl. den Bericht in dieser ZOOM-Nummer), klopfte man sich in den höheren Etagen des Senders auf die Schultern. Man hatte sie gefunden, die unverwechselbare Identität – wenn schon der Pro-



gramminhalt immer austauschbarer zu werden versprach.

Wie die neue, unverwechselbare Identität des Schweizer Fernsehens DRS aussehen wird, ist zurzeit im Studio Leutschenbach Gegenstand eingehender Besprechungen. Immerhin gibt es da seit kurzem einen Leiter Gestaltung (Marc-André Klenk, bisher Leitung Regie), und man hat sich per Inserat jenen ebenso innovativen wie kreativen «Grafic Designer» ins Haus geholt, der genügend «... Ehrgeiz, sich in die elektronische Bildgestaltung einarbeiten zu lassen», mitbringen sollte. Jetzt, wo man das Personal gefunden hat und die (Ausdrucks-)Mittel, kann eigentlich nichts mehr passieren.

Ohne computergestützte Animation geht heute kaum mehr etwas im Reich der Logos, dieser mehr oder weniger sinnhaften Sender- und Programm-Markenzeichen. Ziehende Wolken am Himmel, das reinste poetische Blau, diese – manchmal so überaus beziehungsreiche – meditative Leere, damit ist es bald vorbei. Was nachher kommt? Die neue Ästhetik natürlich. Und wer sich damit nicht identifizieren kann, mag sich trösten: So gewaltig neu und anders wird das in Top-Form gebrachte, kräftig gestylte «Programm 90» ja doch nicht werden – bei näherem Hinsehen.

Mit freundlichen Grüßen

Ursula Ganz-Blättler