

**Zeitschrift:** Zoom : Zeitschrift für Film  
**Herausgeber:** Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst  
**Band:** 48 (1996)  
**Heft:** 10

## **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:** 12.01.2026

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

## ► VORSPANN

- 2 Filmfestival Venedig: Ciao Lido...?
- 3 Filmfestival Venedig: Nettigkeiten ohne Ende
- 6 Aus Hollywood: Mörderischer Kino-Sommer 1997

## TITEL

### 8 HOLLYWOODS STUDIOBOSSE

- 10 Robert Evans – der letzte Tycoon
- 14 Shakespeares Vertrag mit Hollywood
- 18 Zwang zum schnellen Erfolg



«The Last Tycoon» (1975)  
von Elia Kazan

## KKRITIK

- 22 Breaking the Waves
- 24 Die Putzfraueninsel
- 25 Katzendiebe
- 26 La seconda volta
- 28 Crash
- 29 Go Now
- 30 A Time to Kill
- 32 Mossane
- 33 A Tickle in the Heart
- 34 «Die Klienten» – Einblick in die Seele
- 35 The Fan
- 36 Orson Welles: The One-Man-Show



## ABSPANN

- 38 Film des Monats, Filmhitparade, Bücher, Soundtrack, Comic, Impressum

## XAGENDA

Filme am Fernsehen, auf Video, Kurzbesprechungen, Veranstaltungen

## EDITORIAL

**W**er kennt sie nicht, die Signete der grossen Hollywood-Studios – den MGM-Löwen, das Paramount-«Matterhorn», den Universal-Globus, die Columbia-Fackelgöttin oder die monumentale Schriftarchitektur mit Scheinwerfer der 20th Century Fox? Diese Majors sind so etwas wie Fürstentümer im Reich der Traumfabriken, deren Gebiete – im demokratischen Amerika standen offenbar keine adäquaten monarchischen Vokabeln zur Verfügung – aus dem Osten stammende Titel erhielten: Mogul (persisch) oder Tycoon (japanisch).

## Tycoons

Von den dreissiger bis in die sechziger Jahre gab es unter den mächtigen Hollywoodproduzenten höchst kreative und einfallsreiche Leute – Samuel Goldwyn, Louis B. Mayer, David O. Selznick, Irving Thalberg, Darryl F. Zanuck, Adolph Zukor – die es dank ihrer Spürnase für Themen und Trends verstanden, mit der richtigen Kombination von Regisseuren, Stars und technischen Teams die Erwartungen des Publikums gleichzeitig zu beeinflussen und zu erfüllen. Die Epoche dieses oligarchisch-absolutistischen Systems ist vorbei, die grossen Filmstudios sind zu global operierenden, von Managern geführten industriellen Medienkonzernen geworden. Mit den Tycoons von einst und den jüngsten Entwicklungen befassen sich ab Seite 8 drei Beiträge.

Punkto Leistungsfähigkeit, technischem Standard, Routine und Marktwert steht das US-Kino unbestritten weltweit an der Spitze. Diese marktbeherrschende Stellung hat aber auch ihre Gefahren. Die totale Kommerzialisierung mit ihren immer gigantischeren Kosten zwingt die Produzenten, auf Nummer sicher zu gehen und die erfolgreichen Muster zu perpetuieren. Für kreative Experimente wird es eng. Der gnadenlose Konkurrenzkampf der Studios um Marktanteile zeitigt ähnliche Ergebnisse wie beim Fernsehen: Der Wettbewerb vieler (privater) Sender hat nicht zu einem vielfältigeren, interessanteren Angebot geführt, sondern bloss zu einer Vervielfältigung der gleichen Muster auf vielen Kanälen. Im Kino heissen sie «Alien», «Batman», «Die Hard», «Jaws», «Speed» und so weiter.

Franz Ulrich