

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 49 (1997)
Heft: 9

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: 11.01.2026

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

VORSPANN

- 2** Spot: Videos, Bücher, Soundtrack, Internet
- 5** Filmfestival Locarno: Bescheidenheit steht ihm gut
- 6** Qualität statt Pomp im Wettbewerb
- 8** Aus Hollywood: Musikvideo-Regisseure erobern die Filmwelt
- 10** Fantoche/Interview mit Claudius Gentinetta: Schulden machen, um zu filmen

TITEL

12 Die europäische Herausforderung

- 12** Fällige Antworten auf die US-Konkurrenz
- 15** Frischer Wind in Italien
- 18** Kunst, Komödie und Küchenrealismus in Grossbritannien
- 22** Deutschlands Erfolg auf dünnem Eis
- 26** Ins Kino gehen wie Gott in Frankreich
- 28** Media 2: Kaum Vertrauen aufgebaut



KRITIK

29 Kurzkritiken – Die neuen Kinofilme

- 32** Ghetto
- 33** Interview mit Thomas Imbach
- 35** Despabilate amor
- 36** Happy Together
- 38** Alive and Kicking
- 39** Mrs. Dalloway
- 40** Face/Off
- 42** The Full Monty
- 43** Interview mit Peter Cattaneo



ABSPANN

- 44** Veranstaltungen, Chronik, Film des Monats, Film-Hitparade, Comic, Filme am Fernsehen, Vorschau, Impressum

EDITORIAL

Hollywood, Coca-Cola und McDonald's sind Markenzeichen der amerikanischen Kultur. Als standardisierte industrielle Produkte sind sie weltweit beliebt. Die Ursache ihres Erfolges liegt darin, dass sie rund um den Planeten in gleicher Form und Qualität erhältlich sind und ihren Konsumenten das befriedigende Gefühl vermitteln, in einem weltumspannenden *mainstream* mitschwimmen zu dürfen. Selbstverständlich besteht zwischen *fast food* und Hollywood noch immer ein grosser Unterschied nicht nur kreativer Art. Aber bei aller Wertschätzung Hollywoods und seiner unvergänglichen Leistungen ist in der sich immer mehr verschärfenden Kommerzialisierung ein Schwinden an Innovation und Viel-

Phönix aus der Asche?

falt festzustellen. Darüber war einiges im letzten ZOOM zu lesen.

Diesmal richtet ZOOM seinen Blick auf Europa: Können Deutschland, Frankreich, Grossbritannien und Italien dem mächtigen Konkurrenten aus Übersee etwas entgegensetzen? Zwar ist die Situation in diesen Ländern unterschiedlich, aber überall regt sich ein verhaltener Optimismus, in Old England spricht man gar von einem Boom. Die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle in Strassburg hat errechnet, dass die Filmindustrie in Westeuropa im vergangenen Jahr den grössten Aufschwung seit zehn Jahren erlebt hat.

In diesem Zusammenhang sei auch ein Blick in die Vergangenheit und eine Behauptung erlaubt: Die letzten wirklich interessanten innovativen Perioden des europäischen Films waren die Jahre, als das italienische Kino ganz italienisch war (Neorealismus), das britische ganz britisch (Free Cinema), das französische ganz französisch (Nouvelle vague), das tschechische ganz tschechisch (Prager Frühling) usw. Wenn nun eine neue Generation Filmschaffender daran geht, nach Jahren der Krise das europäische Kino wie Phönix aus der Asche wieder auferstehen zu lassen, so werden sie nur bleibenden Erfolg haben, wenn sie Hollywood nicht auf dessen ureigenstem Gebiet, den technisch perfekten Grossproduktionen, zu konkurrieren suchen, sondern sich auf die vielfältige kulturelle Identität Europas besinnen. *Franz Ulrich*