Objekttyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **94 (1968)**

Heft 22

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

GGK

Ein Wort des Tages-Anzeigers zur Situation im schweizerischen Pressewesen.

Wo keine Evolution stattfindet, droht eine Revolution.

Das gilt auch für die Presse. Die Entwicklung des schweizerischen Pressewesens seit dem Zweiten Weltkrieg war lange Jahre alles andere als dramatisch. Man pries unser Land als das zeitungsreichste der Welt, aber nicht alle merkten, dass die berühmte Vielfalt der Standpunkte da und dort zu einer Einfalt der Meinung wurde.

Jetzt ist die Schweizer Presse erwacht — auch wenn dieses Erwachen oft schwerfiel. Plötzlich ändern ehrwürdige Zeitungen ihr Gesicht, Redaktoren wechseln ihre Arbeitsplätze fast von einem Tag auf den andern, neue Organe werden gegründet und alte verschwinden. Eine neue Zeit mit Fernsehen, weiterhin wachsenden Städten, einer unruhigen Jugend und anders formulierten politischen Meinungen pocht auch an die Tür der schweizerischen Presse.

Jede Zeitung muss jetzt ihre Situation und ihren Standpunkt neu überdenken. Auch der Tages-Anzeiger.

Nicht alle Leute haben es verstanden, dass das Verlagshaus des Tages-Anzeigers (das mit dem Tages-Anzeiger nicht identisch ist) durch die Gründung der ‹neuen presse› selber an dieser Umgestaltung der schweizerischen Presse teilnahm. Gerade darum möchten wir hier sagen, wie wir die Dinge sehen.

Zeitunglesen ist nicht einfach gleich Zeitung lesen. Der eine Leser will die durchdachte und vorformulierte Meinung seines Partei- oder Genossenschaftsblattes kennenlernen, um sie (vielleicht) zu seiner eigenen zu machen. Der andere Leser will kurz und lebhaft informiert sein, um sich zu unterhalten.

Der dritte Leser verlangt von seiner Zeitung Genauigkeit, Überlegenheit, Vollständigkeit und in der Haltung so viel Unabhängigkeit wie Verantwortung.

Jeder dieser Leser hat recht. Und darum ist auch jede Zeitung, die in der einen oder andern oder dritten Art geschrieben ist, eine gültige Zeitung. Schief wird die Sache erst, wenn die der Unterhaltung dienende Presse plötzlich versteckte Interessen protegiert, wenn das einer vorgefassten Meinung verschriebene Blatt sich unabhängig gebärdet, wenn die der sachlichen Berichterstattung verpflichtete Zeitung nach oberflächlicher Unterhaltsamkeit schielt.

Somit waren — und sind — die Umwälzungen im schweizerischen Pressewesen für den Tages-Anzeiger Anlass, sich auf seine eigentliche Aufgabe zu besinnen. Wir haben uns auch darauf besonnen, warum der Tages-Anzeiger in den 75 Jahren seines Bestehens zur grössten abonnierten Zeitung der Schweiz werden konnte. Und haben nur eines gefunden: dass es ganz offensichtlich innerstes Bedürfnis unserer Leser ist, sachlich, genau und von erhöhter Warte über die Ereignisse informiert zu werden. Dabei heisst sachlich nicht leidenschaftslos, genau heisst nicht trocken, von erhöhter Warte heisst nicht langweilig.

Das ist unser Auftrag: Unsere Unabhängigkeit zu wahren und niemandem verpflichtet zu sein — ausser dem eigenen Gewissen und dem unserer Leser. Je unruhiger es im schweizerischen Blätterwald zugeht, um so mehr Tages-Anzeiger soll der Tages-Anzeiger werden.

Es hat es letzthin einer ganz deutlich gesagt: Wenn es in der Schweiz den Tages-Anzeiger nicht gäbe — man müsste ihn erfinden.

PS: Wenn Sie mit diesem Wort des Tages-Anzeigers zur Situation im schweizerischen Pressewesen einiggehen, gehen Sie auch mit dem redaktionellen Willen und der journalistischen Art des Tages-Anzeigers einig. Warum lassen Sie ihn dann nicht für drei Wochen gratis nach Hause kommen?

Ja, ich möchte den Tages-Anzeiger drei Wochen gratis kennenlernen.

Frau/Frl./Herr _____

Strasse: _____

Postleitzahl/Ort: _____

Coupon bitte deutlich lesbar ausfüllen und senden an: Tages-Anzeiger, Vertriebsabteilung, Postfach, 8021 Zürich

53.1.1