

# Die erste Seite

Autor(en): **Krättli, Anton**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur**

Band (Jahr): **61 (1981)**

Heft 6

PDF erstellt am: **16.07.2024**

## **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.

# *Die erste Seite*

---

**F**AST EIN GEFLÜGELTES WORT, geprägt an der Pressekonferenz im Mai, an der das neue Leitbild der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft vorgestellt wurde: Medien, so sagte da Regionaldirektor DRS Otmar Hersche, seien keine Würstchenfabriken, für die starre unternehmerische Rezepte tauglich wären, sondern Institutionen, die sich in der Auseinandersetzung mit der Wirklichkeit ständig neu bewähren müssten. Wie wahr, wie einsichtig! Dynamik und Flexibilität, Motivation und unternehmerischer Geist, die nach dem Willen von Generaldirektor Leo Schürmann die Philosophie des neuen Leitbildes unserer Monopolmedien bestimmen sollen, setzen Journalisten voraus, die das Radio und das Fernsehen zu lebendigen Vermittlern politischer und kultureller Wirklichkeit machen. Das Prestige und die Glaubwürdigkeit der Medien wachsen nicht schon dadurch, dass Leitung, Organisation und Management tadellos und dem Leitbild gemäss funktionieren. Die Reporter, Moderatoren und Kommentatoren sind es, die das Image der Institution bestimmen. Um Missverständnisse auszuschliessen: Die Informations- und Meinungsfreiheit erträgt keine Einschränkungen; aber die hohe berufliche Anforderung an diejenigen, die davon Gebrauch machen, erträgt sie auch nicht. Ihre Kommentare und ihre Kritik am Bestehenden werden allein beglaubigt durch die Persönlichkeit und den Charakter des Kritikers, durch die Überzeugungskraft seiner Argumente und durch die offen zutage liegenden Gründe seines Engagements. Opportunisten und Mitläufer, gesellschaftskritisch oder gesellschaftskonform, sind für diesen Beruf ungeeignet. Sie haben vielleicht den Beifall ihres Lagers und erregen den Ärger derjenigen, die ihm nicht angehören. Wer die breiten Kreise, die Radio und Fernsehen ansprechen, mit kritischer Information konfrontieren will, muss vor allem persönliche Glaubwürdigkeit haben. Die erreicht man durch Können und Leistung. Die erwirbt man durch seriöse journalistische Arbeit, die Cleverness mit Fairness verbindet.

Nein, Würstchenfabriken sind die Medien allerdings nicht. Wie mag der Regionaldirektor DRS nur auf diesen merkwürdigen Vergleich gekommen sein?

*Anton Krättli*

---