

**Zeitschrift:** Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur  
**Herausgeber:** Gesellschaft Schweizer Monatshefte  
**Band:** 61 (1981)  
**Heft:** 6

**Vorwort:** Die erste Seite  
**Autor:** Krättli, Anton

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 01.04.2025

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

# *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*

---