

**Zeitschrift:** Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer  
**Herausgeber:** Auslandschweizer-Organisation  
**Band:** 25 (1998)  
**Heft:** 3  
  
**Rubrik:** Impressum

### **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:** 14.12.2025

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



## INHALT

### Forum

Veränderte Medienlandschaft 4-7

Fonds-Info 8

Offizielles 9/10

### Geschichte

Die Schweizer Presse im Zweiten Weltkrieg 11

### Politik

Der Bericht der Kommission Brunner 12

### TV News

Das Schweizer Fernsehen geht ins All 13

### Urnengang

Resultate der Abstimmung vom 7. Juni 1998 14/15

Mosaik 16/17

### Ping-Pong

Stolz auf Schweizer Wurzeln 18

ASS-Info 19

### Titelbild

**Immer mehr Schweizer Zeitungen und Zeitschriften, Radio- und TV-Stationen berichten in ähnlicher Weise über die gleichen Themen. Wie wohlthuend ist ein Akzent in dieser Medienlandschaft!**  
(Karikatur: Heinz «Pfuschi» Pfister)

## I M P R E S S U M

Die Schweizer Revue, Zeitschrift für die Auslandschweizerinnen und Auslandschweizer, erscheint im 25. Jahrgang in deutscher, französischer, italienischer, englischer und spanischer Sprache in mehr als 20 regionalen Ausgaben und einer Gesamtauflage von über 320 000 Exemplaren. Regionalnachrichten erscheinen viermal im Jahr.

**Redaktion:** René Lenzin (RL), Auslandschweizer-Sekretariat ASS (Leitung); Alice Baumann (AB), Pressebüro Alice Baumann Conception; Pierre-André Tschanz (PAT), Schweizer Radio International; Redaktor der offiziellen Mitteilungen: Robert Nyffeler (NYF), Auslandschweizerdienst EDA, CH-3003 Bern. Übersetzung: Georges Manouk.

Herausgeber/Sitz der Redaktion/Inseratadministration: Auslandschweizer-Sekretariat, Alpenstrasse 26, CH-3000 Bern 16, Tel. +41 31 351 61 00, Fax +41 31 351 61 50, PC 30-6768-9. Druck: Buri Druck AG, CH-3084 Wabern.

**Adressänderung:** Bitte teilen Sie Ihre neue Adresse Ihrer Botschaft oder Ihrem Konsulat mit und schreiben Sie nicht nach Bern. Danke.

Internet: <http://www.revue.ch>

Nr. 3/98 (26.06.1998)



Mein erster Chefredaktor war zugleich Verleger und später auch Präsident des ersten Lokalradios an Ort. Stand der Leitartikel zu einer Wahl oder Abstimmung zur Diskussion, setzte er seine Meinung durch, selbst wenn er sie als einziger vertrat. Wir jungen Redaktionsmitglieder fanden dies skandalös.

17 Jahre später wundert sich niemand mehr über solche Machtbalungen. Heute schneidet die Schere im Kopf, bevor das Gespräch beginnt. Mein pensionierter Chefredaktor würde heute überstimmt – allerdings nicht von uns Medienschaffenden, sondern von Werbern.

Die meisten Medien der Schweiz gehören heute sieben Grosskonzernen mit Umsätzen zwischen 300 Millionen und zwei Milliarden Franken. Also prägen einige Marketingstrategen die Position vieler Redaktionen. Ihr Ziel ist die Maximierung des Gewinns.

1997 konnten 16 Zeitungen und Zeitschriften diesem Sog nicht mehr standhalten und gingen unter. Der Einbruch der Inserate hatte ihnen den Boden unter den Füßen weggezogen. Andere humpeln am Gehstock oder sind auf die Krücken anderer Verlage angewiesen. Diese fusionsartigen Prozesse nennen sich beschönigend Kooperationen. Der insbesondere von der «Neuen Zürcher Zeitung» getragene Berner «Bund», einst eine Zeitung von nationaler Ausstrahlung, ist Beispiel dieser Entwicklung.

In der Westschweiz erlosch das Feuer des auch diesseits des Röstigrabens gelesenen aufmüpfigen «Le Nouveau Quotidien» nach nur sieben Jahren. Auch sein ernsterer Cousin «Le Journal de Genève» ging ein. Beide waren nicht zuwenig gut, sondern zuwenig rentabel. Ob das Fusionsprodukt «Le Temps» die für eine überregionale welsche Tageszeitung notwendige Auflage von

50 000 Exemplaren erreicht, wird sich noch weisen müssen.

Was in der Wirtschaft normal ist, dass nämlich die Grossen die Kleinen fressen, schwächt in der Medienlandschaft drastisch die Qualität. Mit dem Verschwinden der Konkurrenz fällt der journalistische Wettbewerb weg, die Blätter verlieren an Identität und langweilen. Die Monopolisierung der Zeitungen, Radiosender und Fernsehstationen hinterlässt in den Köpfen der Medienschaffenden Spuren: Formell autonom, doch nicht mehr eigenständig, erfüllen sie ihre Aufgaben mit Resignation statt Passion. Abverlangt werden ihnen nicht bessere Leistungen, sondern mehrheitsfähige Beiträge zu Lebenshilfe und «Lifestyle» ohne Biss. Anstatt aufzudecken und aufzuklären, wie es ihre journalistische Pflicht wäre, schreiben sie «news you can use».

Wer zahlt, befiehlt: Zunehmend erwarten Inserenten über redaktionelle Inhalte vorab unterrichtet zu werden und drohen unverfroren mit Inserateboykott. Sie haben keine Lust, ihre Werbung zwischen deprimierenden Beiträgen zu platzieren.

Zur Jagd nach Werbegeldern und Lesermärkten gesellt sich der Einheitsbrei in der Informationsflut: Immer mehr Medien berichten über Gleiches. Alternative Sichtweisen, Zwischentöne und Hintergründe finden kaum noch Eingang in Spalten und Sendungen.

Wenn der Kommerz gewinnt, verliert das Volk. Denn die Medien sind ein unentbehrliches Instrument für das Funktionieren unserer Demokratie.



*Alice Baumann*

Alice Baumann