

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 116 (1990)
Heft: 4

Artikel: Quo vadis, liebes Schweizer Fernsehen?
Autor: Weingartner, Peter / Ortner, Heinz
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-599464>

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: 13.01.2026

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

von Peter Weingartner

Die Fernsehgewaltigen bereiten sich vor auf die 90er Jahre. So auch der Programmdirektor. Er hat sich scheint's mit diversen Fachleuten unterhalten, unter anderen auch mit Johannes Müller-Glotzki, der bereits bei anderen Medienunternehmen als Troubleshooter aufgetreten sein soll.

Programmdirektor: *Wir haben Sie engagiert, Herr Müller-Glotzki, weil wir uns von Ihnen als Fachmann einige Tips bezüglich mehr Publikumsnähe in den Programmen des Schweizer Fernsehens versprechen ...*

Müller-Glotzki: (räuspert sich)

... weil Sie als Medienfachmann doch wohl in der Lage sind, uns über die Wünsche und Erwartungen einer Mehrheit der Bevölkerung ins Bild zu setzen. Im Hintergrund sind natürlich auch die Einschaltquoten zu sehen.

Ja, Herr Direktor, so einfach geht das nun doch nicht. Denn wenn es so einfach wäre, wenn es den erfolgreichen Mix gäbe, hätten alle Sender die gleichen Schwerpunkte.

Ist dem nicht so?

Das haben Sie gesagt. Ich würde meinen, es gelte da schon zu differenzieren. Zu diesem Zweck habe ich Ihnen eine detaillierte Dokumentation zusammengestellt, die Sie sich

vielleicht einmal in einer ruhigen Minute, besser Stunde, zu Gemüte führen können.

Herr Hüller-Glotzki, als Direktor möchte ich mich eigentlich nicht mit den Details befassen. Vielmehr sehe ich meine Aufgabe darin, die grossen Linien zu weisen, die Leitplanken quasi zu setzen, in denen sich unser Programm in den kommenden Jahren bewegen sollte.

Vollkommen richtig. Sie müssen ja nicht höchstpersönlich an der Front den Komiker mimen, obwohl ...

Obwohl?

Lassen wir die Abschweifungen. Zum Thema: Sicher haben Sie selber schon gewisse Überlegungen angestellt, was eben jene grossen Linien oder Leitplanken, wie Sie sagen, betrifft.

Gewiss, gewiss. Ich denke, eine gewisse Boulevardisierung ...

Sprechen Sie nur weiter.

... eine gewisse Anpassung an den durchschnittlichen Volksgeschmack, was immer das auch heisst, dürfte nicht zu umgehen sein.

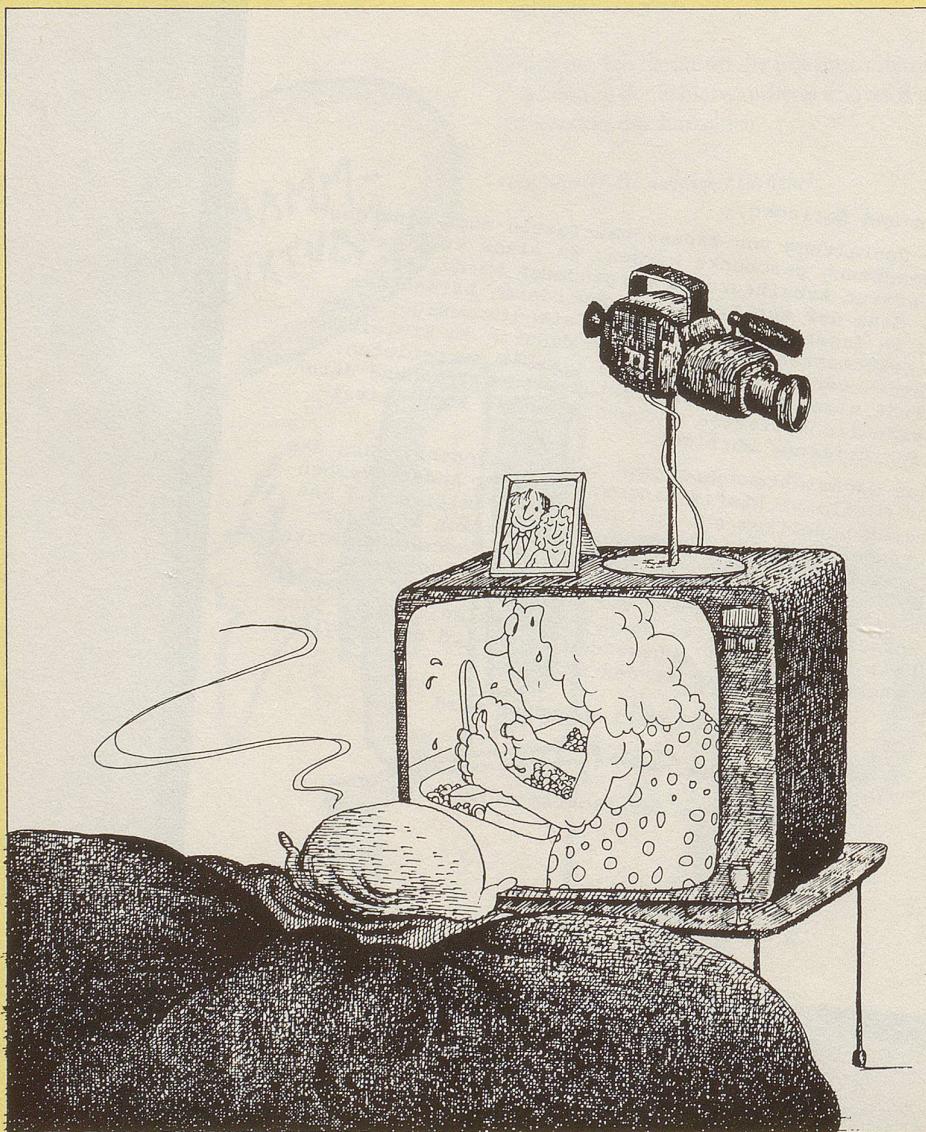
Boulevardisierung? Anpassung? Das heisst doch auch: Nivellierung. Ich muss schon sagen, Ihre Worte erstaunen mich.

Was nützt uns das hochstehendste Programm, wenn uns niemand zuschaut?

Niemand wird's wohl nie gewesen sein. Eine Handvoll unentwegter Optimisten gab's wohl immer. Haben Sie sich noch andere Leitplanken überlegt?

Stichwort Betroffenheit, obwohl er verpönt ist, der Betroffenheitsjournalismus, so kommt er doch an. Ich erinnere an die Sache im letzten Jahr, wo die Leute noch beim Mittagessen bei uns waren und sich das Mittagessen weder durch rohe Würmer noch durch mehr oder weniger leckere Wurzeln verdriessen liessen.

Gut gut. Aber auf Dauer hängt den Leuten auch das zum Hals heraus; das nutzt sich ab. Und zweitens ist nicht immer ein Thema zur Hand, das sich dergestalt ausschlachten lässt.



hweizer Fernsehen?

Was schlagen Sie denn vor? Sie haben noch keinen konkreten Vorschlag gemacht, nur meine Überlegungen haben Sie zerfetzt. Dafür hätte ich Sie nicht engagieren müssen, das besorgen andere kostenlos!

Stimmt. Tut mir leid. Aber einen Vorschlag habe ich schon.

Also, schiessen Sie los! Mehr Sex?

Nein, da können wir ohnehin nie mithalten. Obwohl der Schweizer, die Schweizerin da durchaus ansprechbar wären, ja sind. Aber nicht gerade öffentlich. Es gibt ja, wie Sie selber wissen, gewisse Rahmenbedingungen. Nein, überlassen wir dieses Business ruhig den Videokassettenverkäufern und Verleiern. Gilt auch für die sogenannten Brutalos.

Was dann?

Darf ich Ihnen ganz kurz meine Theorie entwickeln?

Ich bitte Sie darum!

Eine Sache wird um so interessanter, je rarer sie auftritt. Können Sie mir folgen?

Durchaus.

Ich plädiere für ein antizyklisches Verhalten, das heisst: nicht das tun, was alle machen. Konkret: Fernsehen rund um die Uhr kostet viel und bringt nicht das Erwünschte.

Worauf zielen Sie ab?

Wer sähe sich noch eine Mondlandung an, wenn sie täglich erfolgte? Wer eine Erdbebenkatastrophe?

Also kein zweites Programm?

Nicht nur das. Wenn Sie sich das Interesse der Zuschauerschaft sichern wollen, müssen Sie massiv abbauen.

Das geht doch nicht. Die Konkurrenz ...

Senden Sie einmal nur einen Abend nicht! Am nächsten Abend werden alle Ihren Sender wählen, um zu sehen, ob etwas und was jetzt kommt!

Müller-Glotzki, Sie sind verrückt!

Meine vorläufige Zielvorstellung sieht so aus, dass das Schweizer Fernsehen jede zweite Woche nichts sendet, wirklich nichts. Das hat erstens den Vorteil, dass die Mitarbeiter mehr Zeit gewinnen, für die zwei Sendewochen pro Monat wirklich gute Sendungen zu produzieren, und zweitens wird allein die Neugier die Einschaltquoten in den Sendewochen in nie geschene Höhen steigen lassen.

Aber ...

War es nicht das, was Sie wollten?

GSTAAD

★★★★★

GRAND HOTEL ALPINA

1100 m ü. M.

Zwei Fliegen auf einen Schlag:

**Gstaad my love
Alpina my love**

Das gepflegte Haus in bevorzugter,
ruhiger Lage.
Leitung: Fam. Burri, Besitzerfamilie
Telefon 030/4 57 25, Telex 922270
Fax 030/4 11 53

