

Zeitschrift: Oltner Neujahrsblätter

Herausgeber: Akademia Olten

Band: 83 (2025)

Artikel: Music Scene : Oltner Fachzeitung für Jazz, Pop und Rock

Autor: Kaufmann, Peter

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1074601>

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: 03.02.2026

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

Music Scene – Oltner Fachzeitung für Jazz, Pop und Rock

Peter Kaufmann

Ab 1973 erschien im Verlag der Oltner Druckerei Dietschi AG alle zwei Wochen die *Music Scene*, eine Fachzeitschrift, die zuvor bei der *National-Zeitung* in Basel gedruckt worden war. Der Oltner Franz Gloor (1948–2009) fotografierte und dokumentierte als Fotochef des Blattes in drei Jahren weit über 100 Konzerte, von den Rolling Stones bis zu Miles Davis, von Deep Purple, Black Sabbath bis Santana und The Who. Gloors Nachlass liegt im Historischen Museum Olten, das dieses einmalige, bislang kaum bekannte Werk mit einer Ausstellung und einem Fotoband würdigt.¹ Ein Zeitzeuge berichtet.

Peter Kaufmann

Im Herbst 1971 trafen wir uns eines Abends in der Basler Studentenbude von Pierre F. Haesler. Pierre hatte seinerzeit den Oltner Pop Pot Club gegründet, in der Schweiz eine der ersten Discos auf dem Lande. Der üp-

pig dekorierte Musikkeller im alten Feldschlösschen-Depot auf dem Winkel-Areal, wo heute das Hotel Olten steht, war ein Anziehungspunkt für Rock- und Popfans aus der gesamten Region. Nun stellte mir der Pop Pot Club-Vereinspräsident und Jus-Student Pierre eine neue, vielversprechende Idee vor: In England gab es neben dem *Melody Maker*, der ältesten Musikzeitschrift der Welt, zwei neuere Zeitungen, die ebenfalls viel Erfolg hatten. Sollte es nicht auch in der Schweiz, ja im ganzen deutschsprachigen Raum eine solche Musikzeitung geben?

Pierre F. Haesler wusste, dass ich gerade Pressechef bei der Radiodirektion DRS geworden war und nebenbei alle zwei Wochen das *OT der Jungen* redigierte, eine Beilagenseite im *Oltner Tagblatt*. Für seine Musikzeitungspläne brauchte er einen Journalisten, der sich mit dem Handwerk auskannte, aber auch Pop-, Rock- und Jazz-Musik liebte. Pierre offerierte mir den Job als zukünftiger Chefredaktor; den Oltner Fotografen Franz Gloor hatte er gebeten, als Fotochef mitzumachen. In London hatte Haesler bereits die Redaktion des britischen Musikmagazins *Sounds* kontaktiert, das 1970 erstmals erschienen war. Er bekam die Erlaubnis, Artikel zu übersetzen und diese deutsche Fassung unentgeltlich abzudrucken. Eine Handvoll junger Leute stand bereit, die Sounds-Texte zu übersetzen – unter ihnen der AKW-Gegner und Liedermacher Aernschd Born. Die Basler *National-Zeitung* wollte die ersten Drucklegungen der *Music Scene* vorfinanzieren. Auch die Abonnentenverwaltung und die Belieferung der Kioske übernahm der Verlag.



Frontseite der ersten Ausgabe der *Music Scene* vom 5. April 1972

Rasche Anfangserfolge in der ganzen Schweiz

Am 5. April 1972 erschien die erste Ausgabe der *Music Scene*. Einige hundert Exemplare wurden an grösseren Konzerten gratis verteilt, so sollten Abonnenten geworben werden: Beim Auftritt der Hardrock-Gruppe Uriah Heep am 3. Juni 1972 in der Mehrzweckhalle in Zofingen beispielsweise und tags darauf in Winterthur. Seit der ersten Ausgabe war Pierre F. Haesler im Impressum beim Leitenden Redaktionsausschuss als Vorsitzender vermerkt. Auf der nächsten Zeile stand: P. Kaufmann, vakant. Aus Sicht meines Arbeitgebers repräsentierte ich das Schweizer Radio DRS gegenüber der Presse und durfte daher nicht noch massgebend bei einer monatlich erscheinenden, kommerziellen Publikation mitmachen. Einige freie Mitarbeiter hatte ich beim Radio rekrutiert. Als Ressortbetreuer ohne festes Ressort war beispielsweise der Basler Alexander Felix notiert, der durch die Radiosendung «Bestseller auf dem



Freddie Robinson, Gitarrist bei John Mayall, blättert im Backstage-Bereich in der *Music Scene*.

Plattenteller» und als Trompeter bei der Basler Band P.S. Corporation bekannt geworden war. Der Berner Radiomann Richard Stoller war für das Ressort Folk verantwortlich. Regelmässig schrieb auch der St. Galler Musikjournalist Willi G. Kern Artikel und war deshalb als ständiger Mitarbeiter vermerkt. Gut besetzt war auch das Ressort Jazz. Der erfolgreiche Zuger Unternehmer und progressive Jazztrompeter Hans Kennel betreute dieses. Sein Trompeterkollege Max Renggli, der Radiojazzexperte und Saxofonist Jürg Solothurnmann und Otto Flückiger, der Basler Mitgründer des Vereins Pro Jazz Schweiz, waren mit Herzblut dabei. Oscar Klein, aktiver Jazzmusiker seit den 1940er-Jahren, zeichnete neben Haesler als Mit herausgeber der *Music Scene*. Klein schrieb gelegentlich auch: Unter anderem verfasste er einen mehrteiligen Gitarren-Fernkurs für Bluesfreunde. Was jedoch noch wichtiger war: Klein akquirierte viele der kleinen und mittelgrossen Inserate, die regelmässig in der *Music Scene* erschienen.

Schon bald bekamen wir grössere Werbebuchungen aus der Musikindustrie, weil ein Inserat für ein neues Album des späteren Literatur-Nobelpreisträgers Bob Dylan plötzlich zu einem grossen Anstieg seiner LP-Verkaufszahlen geführt hatte. Im September 1972 waren beispielsweise bei einer Gesamtzahl von 18 Sei-

ten acht Inserateseiten in der *Music Scene* zu finden. Musikvertriebsfirmen, Konzertveranstalter und Musikgeschäfte waren regelmässige Inserenten; auch Camel, Marlboro und andere Zigarettenfirmen waren in fast jeder Ausgabe dabei, weil sie damals noch ein junges Publikum ansprechen durften. Für Instrumente und Elektronik-Equipment wurde inseriert, ja sogar mit Stelleninseraten junge Fachleute gesucht. Der schweizweit bekannte Oltner Musiker, Agent und Musikfachgeschäftsbesitzer Willy Kuhn inserierte oft.

Ein Oltner Verlag springt ein

Obwohl wir bald einige tausend Abonnenten und viele Inserate hatten, rentierte sich dies für die *National Zeitung* nicht. Der Druckauftrag war zwar finanziert, der übrige Aufwand aber war schlicht zu gross. Sie drängte uns, ab 1973 einen neuen Verlag zu suchen. Nach einem ersten Sondierungsgespräch war der CEO der Dietrichi AG und Herausgeber des *Oltner Tagblatts* interessiert. Emil Kiefer versuchte, die neue Druckmaschine besser auszulasten. Ein weiterer Zeitungsdruckauftrag konnte deshalb zu einem sehr günstigen Preis offeriert und die Administration mit den bestehenden Ressourcen bewältigt werden. Allerdings stellte Kiefer auch Bedingungen: Die *Music Scene* sollte künftig alle zwei Wochen erscheinen, mit Verträgen angestelltes Personal und eine solide finanzielle Grundlage schienen ihm nötig, auch musste eine korrekte Buchhaltung geführt werden – bis dahin gab es gar keine.

Dietschi-Direktor Kiefer, wohnhaft in Wangen bei Olten, war ein Verleger alter Schule. Hie und da erschien er unangemeldet auf den Redaktionen und lobte oder kritisierte. Als freisinniger Politiker hatte er ein grosses Beziehungsnetz und war 1964 Kantonsratspräsident gewesen. Kiefer schlug vor, die von Haesler geleitete *Music Scene* GmbH abzuwickeln und dafür eine Aktiengesellschaft zu gründen. Die Druckerei wäre bereit, einen Teil des Aktienkapitals selbst beizusteuern, aber wir müssten uns ebenfalls namhaft beteiligen. «Wir» das waren: Gründer Pierre F. Haesler, der von der Zeitungsidee begeisterte Hans Kennel, der neu anzustellende Geschäftsführer Erwin E. Merz und ich. Jeder musste 10 000 Franken des Aktienkapitals einwerfen. Dafür sassen wir ab Januar 1973 alle im Verwaltungsrat der *Music Scene* AG; Verwaltungsratspräsident war Emil Kiefer.

Nun hiess es, Räume für die Redaktion zu suchen, da es bei der Dietrichi AG im neuen Druckereigebäude an der Ziegelfeldstrasse nicht genug Platz gab. Der Oltner Erwin E. Merz, den wir von einer Basler Pharmafirma abgeworben hatten, wurde rasch fündig. An der Aarauerstrasse 5 stand eine alte Villa leer. Das stilvolle Gebäude aus dem Jahr 1856, vom Händler Josef Klein erbaut und einige Jahre vom Berner Unternehmer Louis Giroud bewohnt, war inzwischen sehr heruntergekommen. Für wenig Geld konnten wir die ganze Villa mieten.

Am 18. Januar 1973 erschien die erste *Music Scene* im Dietschi Verlag im kleineren Schweizer Format (320 x 475 mm). Diese etwas kompaktere Form verlangte nicht nur nach weniger Text. Auch die abgedruckten Fotos waren nun im Vergleich etwas kleiner. Für unseren Fotografen Franz Gloor war dies kein Problem. Auch sonst durften wir seine Bilder auf die Bedürfnisse der Zeitung zuschneiden: Formatänderungen, Abdruck blass bestimmter Ausschnitte etc. erhielten von vornherein seine Zustimmung. Erstaunlich, verstand er doch seine fotografische Tätigkeit als einen künstlerischen Auftrag. Er war immer auf der Suche nach seinem eigenen Stil, nach dem kreativen Augenblick, nach dem ewiggültigen Moment.

Weil Zeitungen damals noch aus Kostengründen ausschliesslich Schwarz-Weiss-Fotografien abdruckten, legte Gloor für seine persönliche kleine Schatztruhe öfters zwischendurch einen Farbdiabild ein. Mehrere hundert Dias sind in seinem Nachlass vorhanden, fast durchwegs Bilder von überragender künstlerischer Qualität.

Zu betonen ist zudem, wie rar diese Fotos sind. Im Handy-Zeitalter erscheinen heute kurz nach einem Konzert die ersten Videos auf Youtube oder TikTok. Vor 50 Jahren war dies noch völlig anders. Meist kontrollierten und durchsuchten gefürchtete Rockergruppen wie die Hells Angels oder die Broncos das Publikum am Saaleingang und konfiszierten Fotoapparate oder kleine Kassettentonbandgeräte. Fotografieren durften nur zwei, drei beim Konzertveranstalter akkreditierte Fotografen, einer von ihnen bei weit über 100 Jazz-, Pop- und Rockkonzerten war Franz Gloor von der *Music Scene*.

Kreative Marketing-Ideen schlagen ein

Im Frühling 1973 richtete ein Brand in den Kellerräumen eines grossen Zürcher Musikvertriebs beträchtlichen Schaden an. Tausende beim Löschen nass gewordene Schallplatten-Alben sollten für viel Geld entsorgt werden. Dies brachte Pierre F. Haesler erneut auf eine brillante Marketingidee: Die *Music Scene* übernahm gratis alle optisch noch einigermassen ansehnlichen Schallplatten. In den nächsten Ausgaben gabs jeweils ein Superangebot: Wer ein Jahresabonnement für 20 Franken abschloss, durfte aus fünf verschiedenen LPs eine auswählen – solange Vorrat. Eine neue Langspielplatte war damals gut fünf Franken teurer als unser Abo. Bis Ende Jahr verdoppelte sich die Abonentenzahl dank der Plattenaktion.

Die Schweizer Plattenvertriebsfirmen sahen nun die *Music Scene* als ernstzunehmenden Werbeträger. Am 18. März 1973 sollte die erfolgreiche Hard-Rock-Band Deep Purple im Hallenstadion auftreten. EMI-Musikmanager (EMI war bis 2011 eines der vier weltgrössten Musiklabels) Teddy Meier wandte sich an die *Music Scene*: Im Vorfeld des Konzerts wollte er einen Wettbewerb durchführen. Unsere Leserinnen und Leser sollten Deep Purple künstlerisch darstellen. Vorgaben waren keine

genannt. Wer gewann, durfte samt Begleitperson die britische Rockband persönlich treffen, ein «Meet and Greet», wie das im Branchenslang bis heute heisst. Und so füllten sich unsere sonst spärlich möblierten Redaktionsräume mit bunten Zeichnungen, gerahmten Gemälden, kleinen bis mittelgrossen Skulpturen aus den verschiedensten Materialien von Leder bis Stein. Und wir *Music Scene*-Leute und Teddy Meier spielten einen Abend lang Jury.



Vorder- und Rückseite einer Aufnahme von Franz Gloor. Vom Abzug des Konzerts im Zürcher Kongresshaus der Ike & Tina Turner Revue wird nur jener Teil mit dem Star des Abends publiziert.

Wagemutiger Schritt nach Deutschland

In einer der ersten Verwaltungsratssitzungen der *Music Scene* AG kam es zu heftigen Diskussionen. Pierre F. Haesler hatte bei einem Konzertbesuch in Deutschland gehört, dass die deutsche Unterhaltungsmusikbranche den Aufstieg der Schweizer Musikzeitung genau beobachtete. Wenn in Deutschland eine andere Zeitung gleicher Art auf den Markt käme, wäre unsere *Music Scene* erledigt. Pierre schlug daher vor, eine grössere Auflage an Konzerten in der BRD zu verteilen. So sollten, wie zuvor in der Schweiz, Abonnenten geworben werden. Ausserdem konnte er einen kleineren Zeitungsvertrieb in Frankfurt, der die *Music Scene* gerne ins Sortiment aufnehmen würde.

Die beiden Verwaltungsräte Hans Kennel und Erwin E. Merz waren strikte gegen diesen Versuch. Kennel hatte als Unternehmer eigene Kontakte zu deutschen Firmen und wusste aus Erfahrung, auf welch hartem Pflaster dort geschäftet wurde. Merz meinte, die Zeitung sei wegen des neuen Zweiwochen-Rhythmus noch nicht richtig konsolidiert.

Verwaltungsratspräsident Emil Kiefer und ich reisten im Frühjahr 1973 nach Frankfurt. Dort trafen wir unter anderen den bekannten Konzertorganisator Fritz Rau, der uns Haeslers Befürchtungen bestätigte. Rau war bereit, unsere Zeitung an verschiedenen Konzerten in der ganzen Bundesrepublik abgeben zu lassen. Die Werbeaktion mussten wir allerdings selbst organisieren. Gleichentags besuchten wir den Zeitungsvertrieb. Begeistert waren die Vertriebsleute nicht nur von unserer *Music Scene*, sondern auch von der Möglichkeit, an Konzerten Werbung zu machen. Sie würden zudem alle Abonnenten einer soeben in Konkurs gegangenen Jazz-Zeitschrift anschreiben.

Emil Kiefer und ich waren von den Ergebnissen unserer Deutschlandreise nicht vollends überzeugt. Zu dieser Zeit meldete sich aber ein jüngerer Unternehmer aus Wien, der uns mehrere Inserate österreichischer Bands brachte und den Vertrieb in Österreich übernehmen wollte. An der nächsten Verwaltungsratssitzung stimmten Emil Kiefer und ich nach einigen heftigen Auseinan-

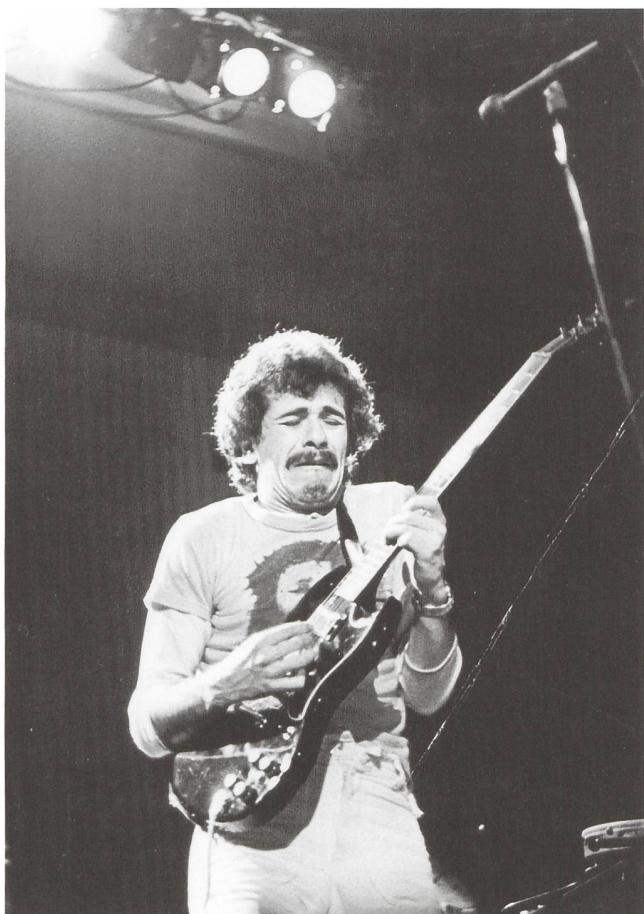
dersetzungen Haeslers Vorschlag zu: Bei der übernächsten Ausgabe sollten 40 000 Exemplare mehr gedruckt werden, 10 000 davon gingen an den deutschen Vertrieb, 30 000 sollten an Konzerten in der BRD verteilt werden. Wir mieteten einen VW-Bus und der junge Oltner Jazzkenner Jörg H. von Arx (genannt Goeggs) machte sich mit einem Kollegen auf den Weg zu einem ersten Konzert mit John Mayall, das am 11. Mai 1973 in der Messehalle in Nürnberg stattfand. Unser kleines Werbeteam begleitete die ganze Mayall-Tournee.

Ein abruptes Ende für unser Fachblatt

Die Rückmeldungen aus der BRD waren allerdings ernüchternd. Wir hatten als naive Neulinge aus der Schweiz völlig übersehen, dass in Deutschland die meisten grossen Rockkonzerte in der Nähe von englischen oder amerikanischen Militärkasernen stattfanden. Englischsprachige Soldaten machten oft mehr als die Hälfte des Publikums aus. Der Grossteil der bundesdeutschen Jugend fühlte sich in der deutschen Schlagerwelt mit *Pop* und *Bravo* besser aufgehoben. Was sollte da eine Fachzeitschrift über internationale Bands, erklärt von kleinen Schweizern aus der Alpenwelt?

Aus der Bundesrepublik kam keine einzige müde Mark zu uns in die Schweiz. Niemand wollte inserieren oder die *Music Scene* abonnieren. Die österreichischen Inserate wurden zwar bezahlt und es gab einige Abonnementsbestellungen aus dem Nachbarland. Doch diese wenigen Schillinge genügten nicht, um die doppelte Auflage zu finanzieren. Andererseits machte die sogenannte Ölkrise der Schweizer Musikindustrie zu schaffen, es wurde viel weniger inseriert.

Nach ein paar weiteren Ausgaben war Anfang 1974 mehr als die Hälfte des Aktienkapitals aufgebraucht. Neues Kapital bereitstellen oder den Vorhang fallen lassen? Sollten wir den deutschen Markt einfach vergessen auf die Gefahr hin, eine starke Konkurrenz zu bekommen? Der *Music Scene*-Verwaltungsrat entschied sich, auf Emil Kiefers Vorschlag einzutreten: Die Dietschi AG wollte das Blatt übernehmen. Alle Aktionäre mussten auf das eingebrachte Kapital verzichten. Im Februar 1974 wurde der Übergang vollzogen, doch schon nach drei weiteren Monaten entschloss sich der Dietschi-Verwaltungsrat, die Zeitung einzustellen. Er sah anscheinend keine Möglichkeit, das Blatt zu sanieren und auf eine gesunde finanzielle Basis zu stellen. Ein letztes Ende. Am 1. Mai 1974 erschien die letzte Ausgabe der *Music Scene*.



Ein kreativer Moment: Carlos Santana während des Konzerts in Montreux vom 1. Mai 1971

Music Scene. Konzertfotografie. Franz Gloor
ISBN 978-3-907334-32-4
Hrsg. Historisches Museum Olten
Peter Kaufmann, Luisa Bertolaccini
Knapp Verlag Olten, CHF 49.-

¹ *Music Scene. Franz Gloor. Konzertfotografie, Sonderausstellung des Historischen Museums Olten, Haus der Museen. Bis 23. Februar 2025*