

Zeitschrift: Zoom : illustrierte Halbmonatsschrift für Film, Radio und Fernsehen
Herausgeber: Vereinigung evangelisch-reformierter Kirchen der deutschsprachigen Schweiz für kirchliche Film-, Fernseh- und Radioarbeit
Band: 24 (1972)
Heft: 3

Rubrik: Radio

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: 09.01.2026

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

RADIO

Dynamischer

Neue Programmgestaltung am Westschweizer Radio

Am 26. Oktober 1922 wurde die erste Radiosendung der Schweiz aus dem Studio Lausanne gesendet. Zu Beginn des Jubiläumjahres hat nun das Westschweizer Radio seine Programme neu gestaltet. Es handelt sich dabei nicht um eine Revolution, sondern um eine Anpassung an die neue Zeit und an die Wünsche der Radiohörer.

Wenn wir einen typischen Radiotag unter die Lupe nehmen, merken wir, dass sich die Programmgestalter von den grossen Stationen in Frankreich beeinflussen lassen. Die Trennung zwischen Information und Unterhaltung wird fast nicht mehr gemacht. Als Beispiel können wir das Mittag-Magazin erwähnen: Ab 12.00 Uhr präsentiert der bekannte Radioanimator Jean Charles eine zweistündige Sendung. Wie der französische Name es sehr gut sagt, hat das «Journal de midi» einen ähnlichen Aufbau wie eine Tageszeitung: Nachrichten, Politik, Sport, Humor, Kommentare und Kultur. Der Vorteil dieser Art von Information ist, dass von Tag zu Tag je nach Ereignissen das eine Kapitel mehr, das andere weniger Zeit beanspruchen kann. Der Nachmittag gehört den Hausfrauen und den jungen Zuhörern. Ab 20.00 Uhr wird dann wieder Radio im alten Stil betrieben. Trotzdem kann man dem Direktor des Westschweizer Radios, Jean-Pierre Méroz, recht geben, wenn er sagt: «Meine Mitarbeiter und ich versuchen, ein immer dynamischeres Radio zu machen.»

Constant-Ed. Pochon

Im Dienste der Automobilisten

«Auto-Radio Schweiz» in der Sicht des Radiomitarbeiters...

Ziemlich genau sieben Jahrzehnte nachdem Karl Benz und Gottlieb Daimler unabhängig voneinander ihre ersten Petroleum-Motorwagen gebaut hatten, kam auch das Schweizer Radio auf das Auto. Damals – im Herbst 1957 – hiess dieses Schweizer Radio noch Beromünster und die erste Autosendung «Rote Lichter – gelbe Streifen». Sie wurde jeden dritten Donnerstag von 18.30 bis 19.00 Uhr ausgestrahlt. Der den Automobilisten wohlwollend Ratschläge erteilende Präsentator Max Rüeger war mangels Fahrprüfung Fussgänger...

Inzwischen hat sich beim Schweizer Radio einiges geändert. Dem Ressort Sport wurde auch der Sektor Touristik zugeteilt, am 7. Mai 1972 feiert die tägliche Autosendung ihren zehnten Geburtstag, die früher vorwiegend improvisierte und aus dem Ärmel geschüttelte Sendung für die Automobilisten verfügt heute über eine eigene Redaktion mit elf sich ablösenden Moderatoren und ist fast zu einer Institution geworden. Obwohl im Gefolge des Umweltschutzes da und dort vereinzelte Kritiker auftauchen, die uns ankreiden, dass das Auto als einziges (und stinkendes) Konsumgut eine tägliche Radiosendung von nicht weniger als 80 Minuten Dauer habe, können wir auf Grund der umfangreichen und vorwiegend positiven Hörerpost feststellen, dass «Auto-Radio Schweiz» auch noch zehn Jahre später eine populäre Sendung ist. Sie entspricht als Dienstleistungssendung nach wie vor einem Bedürfnis. Das ist nicht zuletzt das Verdienst der kantonalen und kommunalen Polizeistellen, die zu unseren besten Mitarbeitern gehören. Dank ihnen, dank dem engen Kontakt mit den beiden grossen Schweizer Automobilverbänden, aber auch dank der regen Mitarbeit vieler interessierter Hörer, die uns schreiben oder während der Sendung anrufen, sind wir in der Lage, dem Automobilisten manchen nützlichen Hinweis zu geben und ihm den Start in den neuen Tag – sei es vielleicht nur durch gefällige Musik – etwas angenehmer zu gestalten. Vielleicht haben wir schon einmal im Laufe der letzten zehn Jahre einen Unfall verhindert oder sogar einen kleinen Beitrag an die Verkehrserziehung geleistet? Das wäre es, was wir möchten; nicht bloss Bla-Bla, aufgelockert durch Musik, sondern eine möglichst informative Sendung im Dienste der Automobilisten über das leider oft nicht sehr heitere Thema Verkehr.

Sepp Renggli

... und des Kritikers

Gewiss, die beliebte Morgensendung «Auto-Radio Schweiz» mit dem Wort Zwangspopularität zu apostrophieren klingt nicht ganz so vertraut heimelig wie das Musiksignet, das die, von den Minuten her gesehen, reichlich dotierte Stunde ein- und ausleitet. Zwangspopularität; weshalb gleich über so etwas Populäres so unpopulär herfallen? An sich ist diese Wertung nicht unbedingt negativ zu empfinden, sie bezeichnet höchstens den glücklich gewählten Zeitausschnitt, am meisten Hörerinnen und Hörer zu erreichen: auf dem Weg vom Bett via Badezimmer zur Arbeit. Der Zwang zur Popularität liegt demnach an der Sendezeit. Die Sendung hat selbstverständlich ihre Berechtigung. Ihr diese abzusprechen wäre ungefähr so unüberlegt gehandelt, wie wenn sich ein Autofahrer mit abgescuerten Pneus auf die Strasse wagt. Und genau für diesen Zweck ist die Sendung gedacht: die Autofahrer auf die Gefahren aufmerksam zu machen, ihnen Information zu liefern, die unmittelbar nützlich, brauchbar und wertvoll ist. Damit hat «Auto-Radio Schweiz» seine Aufgabe, eine wichtige Aufgabe, vollauf erreicht.

Dies ist unbestreitbar. Die Sendung wird damit zu einem Dienstleistungsbetrieb, zu einem Informationsträger, wie vergleichsweise die Nachrichten. Diese leiden ja auch unter Zwangspopularität, um das böse Wort noch einmal zu gebrauchen.

Nun, neben diesen löblichen Zweck tritt der Selbstzweck, oder die Art und Weise, wie diese wichtige Informationsquelle verpackt werden soll. Es ist einleuchtend, dass bei der Kürze des schweizerischen Autobahnnetzes beispielsweise der Strassenzustandsbericht nicht ausreicht, die ganze Sendung mit «eisfrei» oder «nass und neblig» zu bestreiten. Es wird zu Füllern gegriffen; zu unterhaltsamen Interviews, zu Verlegenheitssätzen, etwa ein Zitat einer Berühmtheit, selbstverständlich auch das populär – «Auto-Radio Schweiz» ist ja kein philosophisches Frühseminar – und zu schulmeisterlich-lehrreichen Quizfragen. Den schulmeisterlichen Ton zu dämpfen, wird das Lehrreiche in die Schule getragen: der Schülerverkehrswettbewerb ist eine Glanznummer ohne Glanz, die eigenen Geographiekennntnisse zu erweitern und die Theorie aufzufrischen. Wahrlich ein pädagogischer Wunderkniff. Lernen wird zur Freude, wenn man nicht gerade am Zähneputzen ist. Und dazwischen viel Musik zum Verdauen des Wichtigen und zum Vergessen der Nebensächlichkeiten. Hier bietet sich denn, neben den Zeitanzeigen, eine fast unwahrscheinliche Zahl von Möglichkeiten: der weitgespannte, manchmal überspannte Bogen reicht vom Ländler über den Evergreen bis hin zum Hitparade-Schlager. Für jeden etwas, ganz auf die Sendung zugeschnitten, gut zugeschnitten, zwar nicht nach Mass, aber mit träfem Augenmass.

Walter Lüthi

DER HINWEIS

6. Februar, 17.15 Uhr, DRS
2. Programm

Leonard Steckel

Eine Gedenksendung zum ersten Todestag des grossartigen Regisseurs und Schauspielers, der jahrelang das künstlerische Gesicht des Zürcher Schauspielhauses prägte. Kurt Horwitz, während Jahrzehnten Freund und Arbeitspartner des Verstorbenen, spricht vom Menschen und Künstler Leonard Steckel, wie er ihn erlebte (mit Ausschnitten aus Hörspiel- und Theateraufnahmen). Die Zusammenstellung besorgte Joseph Scheidegger. Die Zweitsendung findet am 10. Februar, 20.10 Uhr, im 2. Programm statt.