

**Media Relations**

Tel direkt	+41 44 305 50 87
e-mail	mediarelations@sf.tv
Internet	www.medienportal.sf.tv

## 1. Januar 1958: Beginn des regulären Fernsehbetriebes

Beginn des regulären Fernsehbetriebes. Die Führung und Entwicklung des Mediums teilt sich in eine nationale und eine sprachregionale Ebene auf. Dem nationalen Fernsehdirektor (Eduard Haas) unterstellt ist weiterhin die «Tagesschau». National geführt wird auch der technische (PTT) und der bauliche (SRG) Ausbau der Sender und Studios. Auf regionaler Ebene gibt es vorerst Programmleiter: Guido Frei, bis 1956 Ressortchef bei Radio Zürich und seit Januar 1957 Lektor im Arche-Verlag, wurde im Oktober 1957 zum Programmleiter des Deutschschweizer Fernsehens ernannt und tritt nun sein Amt an. René Schenker wirkt in Genf und Franco Marazzi ist bis 1960 Leiter der italienisch-sprachigen Programme beim Fernsehen in Zürich, anschliessend in Lugano.

Im Programmbereich gab es bis jetzt neben der «Tagesschau» viele Einzelsendungen. Ab 1958 entstehen schrittweise Abteilungen, die für bestimmte Bereiche verantwortlich sind. In Zürich sind das zunächst die Abteilung 'Aktualität' (Leitung Felix Hurter), die für die «Tagesschau» zuständig ist und Bern untersteht, und die Abteilung 'Politik und Wirtschaft', später einfach 'Information' genannt (Leitung Felice Vitali). Zu dieser Abteilung gehören erste Sendungen wie der «Zeitspiegel» oder «Reportagen und Berichte».

Im «Tages-Anzeiger» vom 13. Januar 1958 ist in einem Bericht zur Delegiertenversammlung der SRG unter anderem zu lesen:

«Die Versuchsperiode ist, wie man weiss, am 31. Dezember 1957 zu Ende gegangen. Mit dem 1. Januar 1958 hat also ein neuer Abschnitt in der Geschichte des schweizerischen Fernsehens begonnen. Der Zentralvorstand hatte bekanntlich zwischen einem Projekt eines Reklamekonsortiums und einem Vorschlag der Zeitungsverleger zu entscheiden. Die jährliche Summe, für deren Zahlung sich die Zeitungsverleger verpflichten wollen, beträgt zwei Millionen Franken; sie bewilligten ferner die so genannten 'Public-Relations-Sendungen' und die Beistellung von Naturalpreisen mit Angabe der Marke bei der Fernsehsendung von Spielen und Wettbewerben. Schliesslich verzichteten die Zeitungsverleger auch gänzlich auf die Forderung, die sie in ihrem ersten Projekt aufgestellt hatten, nämlich auf das Verbot jedwelcher Reklame von dem Augenblick an, da ihre Zahlung à fonds perdu beendet sein werden.»

«Die Finanzierung des Fernsehbetriebes ist ein kleines finanzielles Wunder.»

*Marcel Bezençon, SRG-Generaldirektor*

## Nachgefragt bei Guido Frei

*In der Anfangszeit des Fernsehens schlug dem neuen Medium mannigfaches Misstrauen entgegen. So wurde es unter anderem als «kultureller Rückschritt», als «Angriffswaffe auf die menschliche Seele» diskreditiert...*

Guido Frei: Das kam vor allem aus Bildungs- und Erziehungskreisen. Aber die junge, begeisterte Crew der ersten Pionierzeit hielt Gegensteuer und schuf mit ihren Sendungen über Malerei mit Walter Jonas, mit Hedigers Zooprogrammen, den atemberaubenden Mikroskopsendungen Hans A. Trabers, Orchesterkonzerten und einer beachtlichen Fernsehspielproduktion mit Gegenwartsstücken von hohem Niveau den klaren Beweis, dass die «Kulturlosigkeit des Fernsehens» eine böartige Fama war.

*Wie kamen Sie als «Mann der Kultur» dazu, sich in den Dienst dieses Mediums Fernsehen zu stellen?*

Gerade weil ich vom kulturbetonten Wortmedium Radio her kam, war es mir ein besonderes Anliegen, diese Möglichkeiten auch im optischen Medium zu pflegen, zu entfalten und öffentlich unter Beweis zu stellen.

*«Kein Radiofranken für das Fernsehen»: Wie stand es in Ihrer Zeit als Fernsehdirektor um die Finanzen des Fernsehens?*

Die finanzielle Situation war, gerade vor Einführung der Werbung, alles andere als erfreulich. Sie zwang uns bald, auf hochfliegende Programmvorhaben zu verzichten, was ich – zum grossen Ärger der SRG-Generaldirektion – in einer Pressekonferenz verkündete, um die Öffentlichkeit aufzurütteln. Das war eine Notbremse.

Die finanzielle Notlage führte dazu, dass ich mich sehr intensiv um die Möglichkeit von Koproduktionen mit deutschsprachigen Anstalten bemühte. Dabei war es klar, dass sich unser finanzieller Anteil in bescheidenen Grenzen hielt. Es gibt denn auch vom damaligen ZDF-Programmdirektor Gerhard Prager, dessen Spezialität es war, seine Berufskollegen mit hübschen Zweizeilern zu charakterisieren, einen über mich: «Koproduzent ist Dr. Frei, mit fünf Mark ist auch er dabei.» es