

Betrifft: Ein Franken pro Tag

Es ist eine alte Weisheit, doch in hiesigen Wohnzimmern bestätigt sie sich regelmässig: Du sollst den Tag nicht vor dem Abendprogramm loben. Ob nun «1 gegen 100» oder «Game of Switzerland», Jan Fitzes Rückreise-Serie aus fremden Gegenden oder die «Landfrauenküche» – Fremdschämen in der Fernsehlandschaft gehört hierzulande irgendwie dazu. Unterhaltung können wir einfach nicht. Oder nicht mehr – denn ältere Leserinnen erinnern sich sehr wohl an die gloriosen «Teleboy»-Folgen mit dem unerreichten Heino Orbini in der Rolle des Lockvogels. Und schätzen die brillante Idee von Kurt Felix selig, einen «Telefonjasser» zu installieren. Der bis heute fester Bestandteil der Kartenspiel-Übertragungen ist.

Aber es geht auch nicht primär um gute Unterhaltung – die gibt es anderswo. Bei Netflix, auf Youtube oder in lustigen Taschenbüchern. Was es dort nicht gibt: «Regionaljournal», «Tagesschau», «Echo der Zeit», «Arena», die Nachrichten im Radio und – wenn er eintritt – verlässliche Durchsagen im Katastrophenfall. Für all das steht der Service public, der das geordnete Leben in unserer Gesellschaft stützt. Wer also die SRG angreift, erschüttert die Schweiz in ihren Fundamenten.

Der erste Versuch, die «No-Billag-Initiative», wurde vor acht Jahren haushoch abgelehnt. Nun erfolgt mit der Halbierungsinitiative der zweite Angriff an der Urne. Die damit ange-

peilte Reduktion der Gebühren würde dazu führen, dass das Angebot des öffentlichen Rundfunks drastisch reduziert werden müsste. Heisst: Unterhaltung auf deutlich tieferem Niveau, nur noch oberflächlich geprüfte Nachrichten und – vermutlich – ein Musikprogramm, das komplett von Algorithmen gesteuert wird. Doch gegen den Angriff auf die SRG regt sich Widerstand. In Form eines Songs, der innert kürzester Zeit geschrieben, eingesungen und mit einem Video unterlegt wurde. Abzurufen ist «Gratis git's nur Propaganda» unter www.servicepublickollektiv.ch. Der Text stammt aus der Feder von Boni Koller, und an den Gesangsmikrofonen stehen Grössen wie Evelinn Trouble, Dino Brandão, Manuel Stahlberger, Nadja Zela, Bänz Friedli (!) oder unsere aktuelle Titelheldin Heidi Happy. Es sind also Leute am Werk, die wissen, wovon sie singen.

Ein Franken pro Tag für professionell kuratierte Nachrichten, Diskussionsformate mit Anstand, Dok-Filme aus dem wirklich wahren Leben und ein Kulturprogramm, das nicht ausschliesslich auf Klickzahlen basiert – das ist eigentlich ein Schnäppchen. Deshalb «zum Schluss noch dies...», wie Nachrichtensprecher Charles Clerc seine Sendungen jeweils zu beenden pflegte: Geht am 8. März zur Urne. Ihr wisst, was auf dem Spiel steht.

Philippe Amrein

Impressum N° 2.26

DER MUSIKZEITUNG LOOP 29. JAHRGANG

P.S./LOOP Verlag
Hohlstrasse 216
8004 Zürich
www.loopzeitung.ch

Verlag, Layout: Thierry Frochoux
inserate@loopzeitung.ch

Administration, Inserate: Manfred Müller
admin@loopzeitung.ch

Redaktion: Philippe Amrein (amp)

Mitarbeit: Yves Baer, Thomas Bohnet (tb),
Oliver Camenzind (cmd), Roman Elsener (rel),
Christian Gasser (cg), Michael Gasser (mig),
Frank Heer (fh), Nick Joyce, Philipp Niederberger


Titelbild: Heidi Happy © Christian Neuenschwander

Druck: CH-Media Print, St. Gallen

Das nächste LOOP erscheint am 27.3.2026

MILK+WODKA'S

DISCO



QUIZ

KENNST DU DAS LIED?

Antworten bis am 27.3.2026 an:
milkandwodka@gmx.net

Das Gewinnerlos wird von
Miss Lachance gezogen.
Der Preis: Eine superexklusive
Rätsel-Postkarte.

Auflösung der letzten Ausgabe:

Dire Straits
CALLING ELVIS



Ich will ein Abo: (Adresse)

10-mal jährlich direkt im Briefkasten für 37 Franken (in der Schweiz).

LOOP Musikzeitung, Hohlstrasse 216, 8004 Zürich, admin@loopzeitung.ch