

**Zeitschrift:** Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur  
**Herausgeber:** Gesellschaft Schweizer Monatshefte  
**Band:** 51 (1971-1972)  
**Heft:** 6

**Vorwort:** Die erste Seite  
**Autor:** Wehrli, Bernhard

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 15.03.2025

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

# *Die erste Seite*

---

**L**ÄNGST ZUR INDUSTRIE GEWORDEN sei die Kultur, führte an dieser Stelle im letzten Heft Herbert Meier aus, um anschliessend die berufsständischen Anliegen der Schriftsteller darzulegen; denn schliesslich arbeite man doch «für die Industrie der Medien».

Der angebliche Gegensatz von «Wirtschaft» und «Kultur», «Geld» und «Geist» ist oft hochgespielt worden. Gedankenlos! Denn die Bewertung einer menschlichen Leistung vermag sich nie den ökonomischen Gesetzen zu entziehen. Dem Spiel von Angebot und Nachfrage sind auch die Erzeugnisse der Schriftsteller, Maler und Musiker unterworfen. Ein Merkmal der meisten künstlerischen Leistungen ist indessen ihre an die Person des Erzeugers gebundene Einmaligkeit, Unverwechselbarkeit; reproduzierbar sind sie immer nur bedingt, eben durch die «Industrie der Medien». Ist überhaupt eine Nachfrage vorhanden, so schafft dies sofort Monopolstellungen, die unter Umständen den Preis ins Unermessliche steigen lassen, wie beim Boden an Zürichs Bahnhofstrasse. Die Produkte der Glücklichen, die in die höchste Angebotskategorie aufsteigen, gleichen jenen Markenartikeln «de haute renommée», die kaum mehr der Reklame bedürfen und sich während einiger Zeit selbst dann noch gut verkaufen, wenn die Attraktivität des Ausserordentlichen geschwunden ist. Der extrem spezielle Charakter des kulturellen Angebotes kann aber auch zur Folge haben, dass der Erzeuger keine Nachfrage findet, die einen der «Arbeit» gemässen Preis bezahlen will. Aus diesem Zwiespalt wird sich der «Kulturschaffende» nie befreien. Die modernen Massenmedien vermögen bestenfalls Angebot und Nachfrage zu kanalisieren. Da sie ihrem Wesen nach ebenfalls monopolistisch strukturiert sind, hat ihr Wirken überdies den Beigeschmack der «gelenkten Wirtschaft».

Wer der «Kultur» vorurteilslos industriellen Charakter zugesteht, kann freilich nicht umhin, die «Industrie» auch als Kulturträger anzuerkennen. Als Gesamtheit des geistigen Lebens betrachtet, darf aus der «Kultur» jener Bereich nicht ausgeklammert werden, wo der menschliche Erfinder- und Erfindungsgeist – die Welt und das Weltverständnis verändernd – pausenlos tätig ist.

*Bernhard Wehrli*

---