

**Zeitschrift:** Die Schweiz = Suisse = Svizzera = Switzerland : offizielle Reisezeitschrift der Schweiz. Verkehrszentrale, der Schweizerischen Bundesbahnen, Privatbahnen ... [et al.]

**Herausgeber:** Schweizerische Verkehrszentrale

**Band:** 38 (1965)

**Heft:** 9

**Artikel:** Museen im Zeichen der Alpen

**Autor:** [s.n.]

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-775384>

### **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:** 14.05.2025

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

## LA GRANDE ASCENSION

IN NEUNZIG TAGEN... DURCH DIE SCHWEIZ – EIN WETTBEWERB DER «RADIO SUISSE ROMANDE»  
UND DER SCHWEIZERISCHEN VERKEHRSZENTRALE

Während dreier Monate, vom 15. Juni bis 15. September 1965, strahlt die «Radio Suisse romande» allabendlich um 19.45 Uhr das von Jean Daetwyler geschaffene Tonsignet zum «Jahr der Alpen» aus. Die fröhlichen Klänge bedeuten für Zehntausende von Radiohörern der ganzen Schweiz, vorwiegend der französischsprachigen Kantone, den Auftakt zur «grande ascension», zu einem ebenso vergnüglichen wie anspruchsvollen Wettbewerb, der im «Jahr der Alpen» vom tiefstgelegenen Ferienort zu einem der höchsten Bergdörfer der Schweiz führt. Zu den Initianten der Sendung zählen vor allem J.-P. Méroz, Direktor der «Radio suisse romande», und die Schweizerische Verkehrszentrale (SVZ). Ein unter den Mitarbeitern der westschweizerischen Radiogesellschaft ausgeschriebener Wettbewerb wurde von Catherine Michel am originellsten gelöst. Ihr fiel die recht schwierige Aufgabe zu, an neunzig aufeinanderfolgenden Tagen die Geographiekennntnisse der Zuhörer auf Herz und Nieren zu prüfen.

Wenn man das Frage- und Antwortspiel auch unter das Motto «Die Schweiz für Fortgeschrittene» stellen könnte, ist es geschickterweise doch so gestaltet, dass auch der etwas oberflächlichere Kenner des Landes, allerdings gegen zusätzlich zu «kaufende» Informationen, die den Gewinn entsprechend schmälern, seine Chance wahrzunehmen vermag. Aktiv am Spiel mitmachen kann pro Abend vorerst nur ein Konkurrent, doch mit ihm fiebern unzählige Zuhörer, die je nach dem Spielverlauf eine Möglichkeit haben, in das Geschehen einzugreifen.

«Allo? Bonsoir Monsieur Chappot... Kennen Sie die Spielregeln und haben Sie, wie Madame Durgnat, eine Geographiekarte im Kopf... oder haben Sie sie vor Ihren Augen?» So etwa begrüsst die charmante Spielleiterin den Teilnehmer des Tages, der sich am Telephon zu Hause über seine Kenntnisse des Ferienlandes Schweiz auszuweisen hat. Vor dem eingeschalteten Radiogerät ist zudem in den meisten Fällen der Familienrat versammelt, der das Recht hat, den «Mann am Draht» nach Kräften zu unterstützen. Den einleitenden Text des Wettbewerbs könnte man vielleicht als Hors d'œuvre für Connaisseurs bezeichnen. In einer «devinette», in der es, wie der Name sagt, für die meisten Teilnehmer eher zu raten als zu wissen gilt, wird man nämlich mit einer zwar oft humorvollen, aber selten konkrete Anhaltspunkte liefernden Aussage konfrontiert. Mit einer Aussage also, die, boshafterweise, nichts aussagt. Eine volle Kompensation für diesen wenig mitteilbaren ersten Teil der Sendung, in der es – ohne Zusatzinformationen – hundert Franken zu gewinnen gäbe, bietet die amüsante Form, in der sie dargeboten wird. Der Urgrossvater, der leider nicht mehr das beste Gehör sein eigen nennt, überhört prompt alle wissenswerten Antworten seiner Urenkel. Auf einer Postkarte, die aus einem reizenden Ort der Schweiz das Studio Genf erreicht, sind wohl einige Berge, die in der Ferne die Rundschau abschliessen, genannt, und der Besitzer eines Bergrestaurants mag wohl recht amüsante Dinge aus der näheren Umgebung zu erzählen wissen. Nur eben, vom Ort selbst erfährt man kaum etwas. Der geneigte Kandidat wird sich deshalb mit Vorteil auf den am Telephon angebotenen Vorschlag, eine Zusatzmitteilung zu beziehen, einlassen. Wenn man beispielsweise nicht mit Sicherheit bestimmen kann, an welchem Ort der Schweiz am 20. Januar 1965 ein über 20 Kilo schweres Brot gesegnet und im Rahmen einer kirchlichen Feier verteilt wurde, lässt man sich besser darüber aufklären, dass sich vom betreffenden Dörfchen aus auf «Six-Jeur» und «La Crettaz» klettern lässt. Dies kostet allerdings 20 Franken, womit der von der SVZ offerierte Preis von Fr. 100.— pro Abend auf achtzig Franken zusammenschmilzt. Nun, es bleibt zu hoffen, dass die nächsten Fr. 20.— einen etwas auf-

schlussreicheren Gegenwert bieten möchten. Die geheimnisvollen Schluchten der «Tête-Noire» und ein einzigartiger Sonnenaufgang, von «Bel-Oiseau» aus zu geniessen, werden offeriert. Noch sechzig Franken sind zu gewinnen. Wer wagt, gewinnt! Der auf die Probe gestellte Gesprächspartner weiss, dass in Saint-Maurice Mitte Januar Brote verteilt werden, und die genannten Namen tönen ganz so, als ob sie ihren Ursprung im Wallis hätten. – Catherine Michel ist untröstlich. Die Antwort ist falsch, denn, wie man aus den nachfolgenden, nun aber nicht mehr offerierten Hilfeleistungen hätte erfahren können, liegt der Ort X 1228 Meter über Meer. Man erreicht ihn mit einer Zahnradbahn, welche Eingeweihte kurzerhand die MC nennen, und zu den Bergen und Gletschern, die man von dort aus sieht, gehören die «Aiguilles du Tour», die «Tête-Noire», der Trientgletscher und die «Aiguilles-Rouges».

So enttäuschend die Nachricht für den Kandidaten am Telephon selbst sein mag, so erfreulich ist sie für diejenigen unter den Radiozuhörern, welche mittlerweile erraten haben, dass es sich hier um «Finhaut» handeln muss. Denn nun ist es an ihnen, ans Telephon zu stürzen und zu hoffen, als erste mit M<sup>me</sup> Michel oder mit Jean Charles, der die Sendung abwechslungsweise präsentiert, verbunden zu werden. Ist die Antwort richtig, wird die noch zu gewinnende Preissumme dem ersten Hörer zugeschrieben, der sich mit der Spielleitung in Verbindung setzen kann. Doch in der Reihenfolge der «grande ascension», des vom Langensee bis hinauf zu luftigen Bergkuppen sich bewegenden Rundfunkspiels, ändert sich nichts. Der Teilnehmer jeder Wettbewerbsrunde, Gewinner oder Verlierer, darf den Kandidaten der folgenden Sendung bestimmen. Was nicht vorauszusehen war, ist eingetroffen: sobald ein Teilnehmer den Konkurrenten der Sendung von morgen bekanntgibt, setzen sich ein bis zwei Dutzend Radiohörer aus der ganzen Schweiz, die oft in keiner Beziehung zum neuen Kandidaten stehen, mit ihm in Verbindung, mit der Bitte, als nächstes «Opfer» berücksichtigt zu werden. Doch M<sup>lle</sup> Dupont hat bereits M. Fragnière für die Sendung von morgen in Aussicht genommen, der seinerseits für übermorgen an M<sup>me</sup> Martin gedacht hat, welche ihrerseits... Mitte August umfasste die Glückskette – ob sie sich durchwegs als solche erweisen wird, bleibt abzuwarten – durchschnittlich fünfzehn Personen.

An den Sonntagen ändern sich jeweils nicht nur die Sendezeiten – 19.35 anstatt 19.45 –, sondern auch die Spielregeln: ein kleiner Streifzug durch die Sendungen der vergangenen Woche, der jedoch in keiner Weise an das Wissen um diese Wettbewerbsrunden anknüpft, ermöglicht allen Zuhörern eine direkte Beteiligung. Es gilt, verschiedene in der Sendung nicht genannte Zahlen – Jahreszahlen und Angaben von Meereshöhen zum Beispiel – zu addieren. Unter den bei Studio Genf eingegangenen Postkarten, auf denen die korrekte Summe vermerkt ist, werden wöchentlich mehrere Gewinner ermittelt.

Die Konkurrenten, die bisher mit mehr oder weniger Erfolg am Rundfunkspiel teilnahmen, das in bunter Folge geographische, kulturelle, ethnographische, kunsthistorische und geschichtliche Kenntnisse der Schweiz voraussetzt, stammen aus allen Kantonen des Landes. «La grande ascension» kann und will nicht den Anspruch erheben, direkte Binnenwerbung für das Reiseland Schweiz zu schaffen. Das von Catherine Michel ausgedachte und präsentierte Radiospiel hat jedoch nicht nur ungezählte Hörer neunzig Tage lang während fünf Minuten in Bann gehalten, es hat auch ebenso vielen Schweizern auf unterhaltsame Weise eine sicher oft unbekannte Schweiz nähergebracht.

P.S.

MUSEEN IM ZEICHEN DER ALPEN Wer das Drama der Erstbesteigung des Matterhorns vor hundert Jahren eindringlich nacherleben will, der möge das einzigartige alpinistische Museum in Zermatt aufsuchen, wo Originaldokumente und Erinnerungstücke den zu einer Bergsteigertragödie gewordenen Angriff auf die erhabene Felspyramide veranschaulichen. Ebenfalls dauernd sichtbar sind die eindrucksvollen bergsteigerischen und naturkundlichen Schaustücke des Schweizerischen Alpen Museums in Bern.