

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 89 (1963)
Heft: 4

Werbung

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: 16.04.2026

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

Volkes Stimme — oder gallupierende Dementia?

Von
AbisZ

Die Meinungsforscher, in USA mit den Seelenschlossern – von denen sie übrigens manchen Trick abguckt haben – in der gleich hohen Einkommensklasse rangierend, spielen auch bei uns eine immer größere Rolle. Bis vor kurzem wurden sie eingesetzt, um herauszufinden, welches Parfüm im Waschpulver die Hausfrauen am liebsten hätten, welche Farbe man einem Kafipäckli geben müsse, damit jedermann danach greife, welcher Slogan die größte Zahl von Dummen anzusprechen vermöge usw. Dagegen ist nichts einzuwenden – Geschäft ist Geschäft, und der Vifste macht's.

In den letzten Jahren sind auch bei uns schon politische Parteimanager dazu übergegangen, professionelle Meinungsforscher auf die Wählerschaft loszulassen, um festzustellen, womit man am meisten Stimmen bestimmter Kategorien fangen könnte. Wissen die Parteien wirklich nicht ohnehin, wo das Volk der Schuh drückt? Was die Profi-Grübler in kollektiven Wunschträumen finden und zu graphischen Darstellungen verarbeiten, das hat doch eher Wahlschlager-Charakter und ist genau das, was jede Partei allen ändern mit vollem Recht als «üble Wahlmache» ankreidet und was vierzehn Tage nach den Wahlen nur allzugerne totgeschwiegen wird.

In den USA wird die Befragerei nicht nur in Wahlzeiten betrieben, sondern ist zur Dauereinrichtung geworden. Alle paar Wochen kann man in der Welpresse solche und ähnliche Meldungen lesen:

Nach einer Gallupumfrage war die Popularität Präsident Kennedys kurz nach der Affaire des schwarzen Studenten Meredith in Oxford und nach der Entsendung von Bundestruppen in den Staat Mississippi auf ihren Tiefstand gesunken. Damals billigten im amerikanischen Durchschnitt bloß noch 61 % aller Befragten die Politik des Präsidenten. In den Südstaaten waren es sogar nur 51 %. Nach der Kubakrise stieg die Popularität Kennedys wieder stark. Im gesamtamerikanischen Durchschnitt stimmten ihm nun 74 % aller Befragten zu, und sogar in den Südstaaten waren es wieder 65 %.

(18. Dez. 1962)

Als ob Popularität unbedingt ein Gradmesser für Regierungskunst wäre! Mr. Gallup teilte der staunenden Welt einmal mit, daß jener Präsident den absoluten Gipfel der Popularität erklommen habe, der dafür bekannt war, daß er nichts tat, das leicht mit Regieren hätte verwechselt werden können. Vielleicht lag gerade im Nichtstun der Hauptgrund seiner Popularität. Wenn man so etwas liest, kommt einem doch gleich die Gall' up!

Wenn die Entwicklung in gleicher Richtung weiter geht, kommt auch bei uns bald einmal einer auf die Schnapsidee, der Öffentlichkeit ständig einen Sympathie-Thermometer unter den Arm zu stecken und eine kontinuierliche Popularitätskurve aufzuzeichnen. Da wir bekanntlich ein siebenköpfiges Staatsbulletin überhaupt haben, würde das Gallup-Bulletin etwa so aussehen:

ag. UPI/AFD. Die neusten Ergebnisse der Meinungsforschung beweisen, daß Bundesrat Wahlen, der bisherige Popularitätsleader, wegen seiner offenen Kritik an gewissen Zeiterscheinungen schlagartig 5 % an Sympathisanten eingebüßt hat, während die soeben in Kraft getretene Ermäßigung der Telefongebühren Bundesrat Spühler einen Gewinn von 7 % eingetragen hat. Ihre Popularitäts-Koeffizienten beizubehalten vermochten die Bundesräte ...

Nicht wahr, das wär's! – Was wär's? – Hä, eben die gallupierende Dementia politica. Es würde kaum lange dauern, und wir könnten im Fernsehen beobachten, wie unsere National- und Ständeräte vor den Bundesratswahlen mit geschenkten Strohhüten und Fähnlein winken würden, auf denen zu lesen stünde: «Hopp, Hanspi!» – «De Traugi butzt!» – «Streck die Fühler, Präsident Spühler!» – «s Ei leit Roger!» – «Nix wie los, von Moos!» ... Und wir wären bereits politisch so versimpelt, daß laut Umfrage nur noch 1 3/4 % der Schweizer diesen Zirkus als einer Demokratie unwürdig betrachten würden.

Worauf die Meinungsgrübler sich neue Tätigkeitsfelder erschließen würden. Am Schwarzen Brett einer Mittelschule könnte dann etwa zu lesen sein:

Das «School Researching Team» (SRT) teilt mit: Die Chancen des Hilfslehrers Dr. Q., der sich bekanntlich um die freigewordene Professorenstelle bewirbt, haben sich nach neusten Erhebungen bedeutend verbessert. Während nach dem scharfen Durchgreifen des Dr. Q. gegen die raffinierten Spickmethoden der Ex-tempore-Schwinder sein Beliebtheitskoeffizient auf 43 % abgesunken war, hat er dank seinem Versprechen, die als Strafe gedachten Notenabzüge zu erlassen und bis zu den Ferien in jeder Klasse mindestens drei Lektionen ausfallen zu lassen, wieder auf 74 % aufgeholt, so daß mit seiner Wahl gerechnet werden kann, falls nicht unzeitgemäße pädagogische Maßnahmen das Bild neuerlich verschieben. – SRT –

Wie meinen Sie? Blöd? – Ja, gewiß. Aber nicht viel blöder als das, was wir seit Jahr und Tag an ernstgemeinten Meldungen über die Ergebnisse politischer Meinungsforschung in USA lesen können. Etwas viel Blöderes kann auch blühende Journalistenphantasie nicht erfinden.



Es geht um die Wurst

Alpinismus

Wieder sind anfangs Dezember ungenügend ausgerüstete Touristen in Bergnot geraten. Gerücheweise verlautet, ein Hotelier wolle in den

Zimmern ein Täfelchen mit der Aufschrift anbringen:

Gäste, welche eine Bergtour in Halbschuhen auszuführen beabsichtigen, werden gebeten, die Rechnung im voraus zu bezahlen. – r

Die schlimmen Folgen vermeiden!



Zuviel gegessen? Zuviel getrunken? Warum unter den unangenehmen Folgen leiden?

Kluge Menschen verlassen sich auf die Doppelwirkung von Alka-Seltzer*. Der revoltierende Magen beruhigt sich, Kopfschmerzen verschwinden – im Nu fühlen Sie sich besser. Lassen Sie ganz einfach eine oder zwei Tabletten in einem Glas Wasser sprudeln und trinken Sie das erfrischende Getränk. Alka-Seltzer* mit Doppelwirkung hilft Ihnen zweifach!

* Die Doppelwirkung von Alka-Seltzer entlastet den übersäuerten Magen und befreit Sie gleichzeitig von Kopfschmerzen.



Alka-Seltzer®

Generalvertretung für die Schweiz: Dr. Hirzel Pharmaceutica Zürich

Meine Herren,
 Sie können mehr haben!
 Schwer?
 Die Krüge wohl.
 Aber einen schweren
 Kopf, den gibt es nicht
 von Schinkenhäger!
 Der ist kristallrein.

Schinken häger®



40 Vol. %

Ich trink' ihn
 auch gern.

Das ist eine gute
 Sache aus Westfalen.
 Schinkenhäger ist
 der meistgekaufte
 Steinhäger der Welt.
 ** Prost! **



SCHINKENHÄGER wird nach
 47 Ländern exportiert. Er ist oft
 prämiert worden, mit mehr als 250
 Auszeichnungen und Medaillen.
 Schinkenhäger ist klar und kraftvoll,
 rein und gut. Und so schmeckt er.

Alleinimport für die Schweiz: RUDOLF SCHÜPBACH, Agent général en vins
 et spiritueux de marques, Mühlebachstraße 59, Zürich 8, Tel. (051) 32 26 32

Gut gelaunt durch
 Nebelspalter-Bücher

Hans Moser
Herr Schüüch
 Aus dem Leben eines
 Zeitgenossen
 Fr. 7.-

Herr Schüüch kennt man
 aus dem Nebelspalter. Er
 ist ein berühmter Mann
 geworden. Man erkennt
 ihn im Gatten, im Bruder,
 im Chef, im Vater,
 im Sohn, in sich selbst.
 Man liebt Hans Mosers
 Schüüch, weil es ein Trost
 ist zu wissen, daß die
 Eigenschaften von Herrn
 Schüüch bei manchen hel-
 vetischen Männern zu fin-
 den sind.

40 Schoenenbergerli
 Modekarikaturen
 in einer Mappe
 Fr. 10.-

Ernst Schoenenberger,
 der populäre Modekarika-
 turist des Nebelspalter-
 ers, hat sich durch seine
 satirisch-fröhliche Kunst
 einen großen Freundes-
 kreis erworben. Man lacht
 über diese schmissig und
 schwungvoll gezeichneten
 Modenärrinnen!

Wilhelm Lichtenberg
**Zu sich selber
 gesprochen**
 Aphorismenband, 64 Seiten,
 Fr. 6.15

«Lichtenbergs Aphorismen-
 sammlung besitzt
 einen Reichtum an Ge-
 danken und Wortspielen,
 eine Fülle geistvoller
 Aperçus, welche dieses
 Buch zu einer anregen-
 den Lektüre machen.»
 Vaterland

Nebelspalter-Verlag
 Rorschach

Abonnieren Sie den Nebelspalter — er bringt Ihnen viel Freude und Frohmut ins Haus!



Hotels	Betten	Tagespauschalpreis *		Hotels	Betten	Pauschalpreis *	
		minimal	maximal			minimal	maximal
Grand Hotel Tschuggen	180	40.—	60.—	Anita	45	25.—	39.—
Arosa Kulm Hotel	170	40.—	60.—	Belvédère	65	25.—	39.—
Hof Maran	110	40.—	60.—	Isla	40	25.—	39.—
Bellevue	120	34.—	50.—	Merkur	50	25.—	39.—
Des Alpes	60	32.—	46.—	Streiff	65	25.—	39.—
Eden	80	32.—	46.—	Surlej	40	25.—	39.—
Excelsior	100	34.—	50.—	Suvretta	40	25.—	39.—
Hohenfels	90	32.—	46.—	Bahnhof	30	22.—	34.—
Post- und Sporthotel	100	32.—	46.—	Gentiana	30	22.—	34.—
Raetia	90	32.—	46.—	Hof Arosa	75	22.—	34.—
Rothorn-Savoy	100	34.—	50.—	Obersee	30	22.—	34.—
Seehof	110	32.—	46.—	Belmont garni	35	18.—	26.—*
Valsana	140	34.—	50.—	Touring garni	30	16.—	24.—*
Waldhotel	150	28.—	42.—	Kursaal-Casino (jeu de boule)			

* inkl. Zimmer, Frühstück, Heizung, Service und Taxen

ist ein Quell der Kraft * im Januar preislich vorteilhaft