

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 95 (1969)
Heft: 8

Rubrik: Wir stellen Nebi-Mitarbeiter vor

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](#)

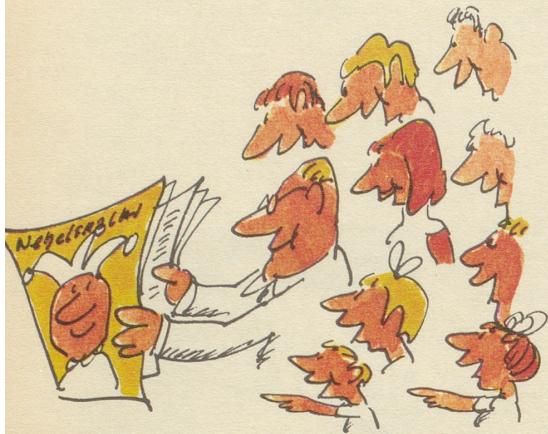
Terms of use

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: 21.02.2026

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

Wir stellen Nebi-Mitarbeiter vor



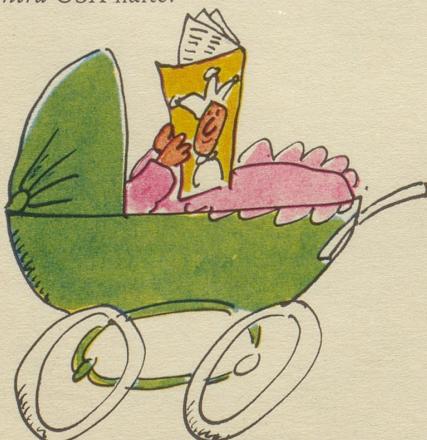
Der Nebelspalter- Leser

Warum nicht?

Der Nebi-Leser hat bereits eine ganze Galerie von Porträts der Nebi-Mitarbeiter über sich ergehen lassen. Es ist ein Akt der Gerechtigkeit, nun endlich einmal den Mitarbeitern *den Nebi-Leser* vorzustellen. Mehr noch: Die Nebi-Leser zeichnen sich durch eine derart außergewöhnliche Reaktions- und Schreibfreudigkeit aus, daß man sie, ohne zu übertreiben, auch als Mitarbeiter bezeichnen kann. Sie allerdings zu porträtieren – «das hat», wie meine Großmutter zu sagen pflegte, «eine Nase».

Neulich schrieb ein älterer Medikus der Redaktion, er stelle das Abonnement app! Auf die Rückfrage des Redaktors, weshalb, kam die Antwort: Wegen der Haltung des Nebelspalters gegenüber den USA.

Erneute Rückfrage: Ob der Arzt den Nebelspalter für zu sehr *pro* oder eher betont *contra USA* hält?



Keine Antwort.

Also: Des Nebi-Lesers *Haltung* zu dem, was die Nebi-Mitarbeiter schreiben, läßt sich in einem Portrait nicht fassen, das ist sicher.

Statistik

Mit der Statistik hingegen läßt sich's herrlich portraittieren. Man kann zum Beispiel – statistisch nachweisbar – behaupten, *der Schweizer* (also auch der Säugling) trinke jährlich – sagen wir – 15 l Wein und 4 l Schnaps. Keine Hexerei, alles nur Geschicklichkeit bzw. Statistik: Man addiert den im Inland produzierten und den importierten Alkohol, dividiert die Summe durch die Zahl der Einwohner, et voilà. Daß auch Hunderttausende von Touristen bei uns Alkohol konsumieren – Entschuldigung! Ich gerate auf Abwege! Der Nebi-Leser *gemeinsame* Eigenschaften liegen kaum auf dem Gebiet des Alkoholkonsums, aber nur auf dem Weg über die Statistik wird es gelingen, den Prototyp des Nebilesers zu skizzieren. Ich stütze mich auf das Ergebnis von Markt- und Leserforschungen, auf LF 1967/68



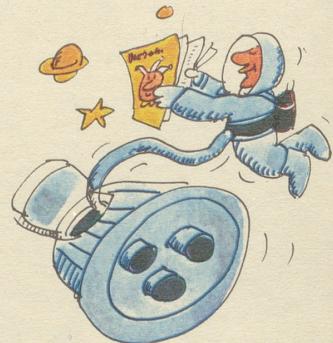
und ISOP-Berichte 1963/64/66 und kann also sagen, daß der Nebelspalter von 7,8 Lesern pro Nummer konsumiert wird (d. h. von sieben Ganz- sowie einem Vierfünftelstarken), nämlich von 269 900 männlichen und 169 200 weiblichen Lesern.

Untersucht man die 23 Wochenzeitschriften schweizerischer und deutscher Herkunft darauf, von wievielen Lesern ein Heft gelesen wird, steht in der Rangliste der Nebelspalter an 3. Stelle (für männliche) und an 4. Stelle (für männliche und weibliche Leser).

Alter?

Der Nebelspalter-Leser ist 37 Jahre alt, punktum – sagt die Statistik. Der Leser ist also *im besten Alter*, im Durchschnitt, selbstverständlich. Untersucht man, welche der vorgenannten Wochenschriften über die meisten Leser und Leserinnen zwischen 25 und 34 Jahren verfügen, steht der Nebelspalter an erster Stelle, bezüglich der Studenten, Schüler und Lehrlinge im 3. Rang. Es ist ein Zeichen der Zeit, daß schon dieser

außergewöhnlich junge Leserkreis über eine erstaunliche Kaufkraft verfügt. Von allen Schweizer Wochenzeitschriften steht der Nebelspalter im 1. Rang, soweit es die höch-



ste und zweithöchste Kaufkraftklasse der Leserinnen anbetrifft, bezüglich der Leser an zweiter Stelle.

Der 37 Jahre junge Nebileser ist also höchst kaufkräftig.

Beruf?

Eines muß gleich gesagt werden: *Der Nebileser* hat – wie angedeutet – einen stark feministischen Einschlag. Das geht schon daraus hervor, daß lange nicht alle führenden Frauenzeitschriften unter den 45–54-jährigen Frauen so viele Leserinnen haben wie der



Nebelspalter. Bezogen auf freierwerbende Frauen und Inhaberinnen von mittleren und größeren Betrieben sowie leitende und höhere weibliche Angestellte als Leserinnen steht von allen Monats- und Wochenzeitschriften der Nebelspalter im 1. Rang. Und bezüglich der Leser und Leserinnen ist es ähnlich. *Der Nebileser ist demnach jemand! Potzwetter und alle Achtung!*

Lebensumstände

Aber das alles – nicht wahr! – sind doch bloß Nebensächlichkeiten. Heute ist einer nicht das, was er tut, sondern er ist, was er *hat*. Und der Nebileser hat. Fangen wir oben an in der (sozialen) Stufenleiter der Besitz-Prozente: 87,4 % der Nebileser verfügen über eine Waschmaschine, 85,1 % über einen elektrischen Rasierapparat, 76,6 % besitzen eine private Schreibmaschine, 75,5 % eine elektrische Nähmaschine, 65,6 % eine tragbare elektrische Heizung, 63,9 %

ein Auto, 61,1 % eine elektrische Küchenmaschine, 46,8 % einen elektrischen Toaster, 42,9 % ein Wohnhaus, 32,5 % eine Tiefkühltruhe, 30,6 % eine elektrische Kaffeemaschine, 29,7 % ein Tonbandgerät, 19,8 % einen elektrischen Luftbefeuchter, 17 %



eine Stereo-Anlage, 14 % eine elektrische Bügemaschine, 13,5 % einen freistehenden Infrarot-Grill, 10 % eine Geschirrwaschmaschine, 9,6 % ein Ferienhaus oder eine Ferienwohnung ...

Ich hätte das Portrait des Nebilesers natürlich journalistisch verbrämen, feuilletonistisch ausmalen können. Ich hätte ihn inmitten seines gediegenen Besitzstandes beschreiben können.

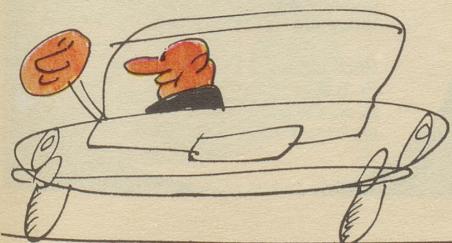
Angesichts des nunmehr eruierten hohen (Besitz-)Standes unserer Leser, von denen 29,5 % über einen Flügel oder ein Klavier



verfügen, bricht indessen des Sängers Stimme. Fast fühle ich mich zu alt, zu wenig standesgemäß, zu wenig kaufkräftig, um mich an solche Leser – kaufkräftig *hochgeschätzte* Leser, wie ich nunmehr einflechten möchte – zu wenden.

Ganz nebenbei gesagt: Wenn nun in der Schweiz ein Atomkraftwerk am andern entsteht, Leitungsdrähte wie ein Netz unser Land überspannen und so weiter – kein Wunder: Bei diesem Elektrifizierungsgrad, über den der Nebileser verfügt.

Bruno Knobel



WS 1/68

A large black and white profile photograph of a man's face, looking slightly to the left. The lighting is dramatic, highlighting the contours of his forehead, nose, and cheek. The rest of the face and the background are in deep shadow.

Die weichste und leichteste Rasur, seit die Rasierklinge erfunden wurde!

Mikroskopisch winzige Silicone in der Williams Ice Blue Rasiercrème: eine beglückende Überraschung für alle Männer (und ihre Frauen)!

Die Williams Ice Blue Silicone liegen, Millionen von feinsten Kugellagerkügelchen gleich, auf der Haut und geben jeder Rasierklinge das «silicone-weiche» Gleiten. Sie rasieren sich weicher, hautnaher und bequemer als je zuvor! Und das frische Ice Blue Parfum macht das Rasiervergnügen noch grösser.

Crème aus der Tube:
Ice Blue Luxury Shaving Cream.
Rasierschaum aus der Aerosolflasche:
Ice Blue Instant Lather.
Beide mit Siliconen.

Ice Blue Produkte von

williams
New York

A Williams Ice Blue shaving cream tube and a Williams Ice Blue instant lather aerosol can. The tube is white with a black cap and features the Williams logo. The aerosol can is white with a black spray nozzle and also features the Williams logo.