

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 103 (1977)
Heft: 13

Artikel: Die überwiegende Zahl der Befragten war dagegen!
Autor: Knobel, Bruno
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-607245>

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: 16.01.2026

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

Die überwiegende Zahl der Befragten war dagegen!

«Der exakte Schwindel»

Hans Weigel schreibt ironisch, die überwiegende Zahl der Befragten sei dagegen gewesen, dass er dieses Buch schreibe; deshalb habe er es geschrieben. Nämlich das Buch *«Der exakte Schwindel oder Der Untergang des Abendlandes durch Zahlen und Ziffern»* (Verlag Styria, Wien). Mit versöhnlichem Charme und kritischer Ironie lässt sich der Verfasser über Volksbefragter und Meinungsforscher aus und über Soziologen und Werbeleute, welche mit den Undaten und Untaten der ersteren ihre Missdaten und Missetaten begründen.

Ich las das Buch mit Vergnügen, denn nur wenige Tage zuvor hatte ich mich einer von einem Institut veranstalteten Umfrage gestellt. Unter anderem hatte mir die interviewende Dame die Frage gestellt, ob ich glaube, Radio und Fernsehen hätten einen Linksdrall. Nein, sagte ich, so verallgemeinernd könne man das nicht sagen, aber – und ich äusserte längere differenzierende Ueberlegungen. Die Dame hörte – offensichtlich nur der Höflichkeit halber – im übrigen aber uninteressiert zu, schnitt mir schliesslich freundlich das Wort ab und sagte: «also nein», und sie schrieb in den Fragebogen *nein*; und was sie im übrigen sehr viel mehr interessierte, war meine Kaufkraftklasse, für die mein Nein (das von mir gar nicht als absolutes Nein gemeint war) künftig repräsentativ sein wird.

Was ist wahr? Wie kommt «Wahrheit» zustande? Wieweit stimmt die Statistik? Wie entstehen Ergebnisse von Umfragen? Was muss man angesichts von Hochrechnungen bedenken? Auf rund 150 Seiten macht sich Weigel lustig mit Antworten auf solche Fragen.

Die Wahrheit

Ein Arzt habe – so schreibt Weigel – einmal etwa folgendes gesagt:

«Wenn ein Patient zu mir kommt und sagt voll Angst, dass sein Blutdruck vermutlich zu

hoch sei, und ich messe den Blutdruck und merke, dass er tatsächlich um soundso viele Punkte zu hoch ist, und ich sage: Ihr Blutdruck ist tatsächlich um soundso viele Punkte zu hoch, spreche ich scheinbar die Wahrheit, de facto aber die Unwahrheit. Denn auf Grund meiner Mitteilung steigert sich die Angst des Patienten, und sein Blutdruck ist nicht mehr um soundso viele Punkte zu hoch, sondern wesentlich höher.

Sage ich aber, dass sein Blutdruck ganz normal sei, lüge ich scheinbar, aber ich spreche de facto die Wahrheit. Denn der Patient beruhigt sich, der Blutdruck sinkt und ist alsbald normal.»

Und dazu Weigel:

«Ich habe im eigenen Wirkungskreis die vom Arzt formulierte Gesetzmässigkeit vielfach erprobt. Sie ist vor allem in allen pädagogischen Belangen ein probates, oft das einzig wirksame Auskunftsmittel.

Bei der Verabredung mit einer

oder einem Unpünktlichen sage man: «Wir treffen uns um vier – aber ich weiss genau, dass du um vier noch nicht dort sein wirst.» Der Widerspruchsgeist ist mobilisiert und ringt mit dem Unpünktlichkeitszwang. Sofern es sich um keinen unheilbaren Fall handelt, kann derart das Erscheinen zur fixierten Zeit ausgelöst werden. Und wenn man erfährt, dass achtzig Prozent der verheirateten Männer ihre Frauen betrügen, denken sich viele von den zwanzig Prozent: Blöd war ich! – Und schon sind es nicht mehr achtzig Prozent!!» ...

Streng wissenschaftlich

Es gibt Ergebnisse von Meinungsumfragen, die als «streng wissenschaftlich» bezeichnet werden und deshalb erhöhte Glaubwürdigkeit geniessen. Weigel bezweifelt diese «Wissenschaftlichkeit»:

«Um die Häufigkeit der Para-

noia zu erkunden, darf man nicht die Paranoiker befragen. Aber wen soll man befragen? Die Aerzte? Leiden nicht viele an Paranoia, die nicht zum Arzt gehen? Und gibt es denn nicht auch Aerzte, die sich zu Unrecht verfolgt fühlen? Und wer entscheidet darüber, ob einer oder eine sich zu Recht oder zu Unrecht verfolgt fühlt?

Wo ist die Grenze zwischen Selbstbewusstsein, Eitelkeit und Grössenwahn? Wer entscheidet darüber, wer normal ist und wer nicht? Und wer entscheidet darüber, ob jener, welcher darüber entscheidet, wer normal ist und wer nicht, normal ist oder nicht? Und ob einer, der darüber entscheidet, wer normal ist und wer nicht, normal sein muss oder nicht? Und wer entscheidet darüber, was das ist: normal?»

Psychologie, Soziologie und Intelligenz

sind angeblich untrennbar verbunden mit seriösen Meinungsumfragen, deren Ergebnis ja zumeist in statistische Zahlen gemünzt wird.

Dazu meint der Autor:

«... Wissenschaft als Quizen-schaft. Gesellschaftswissenschaft als Gesellschaftsspiel.

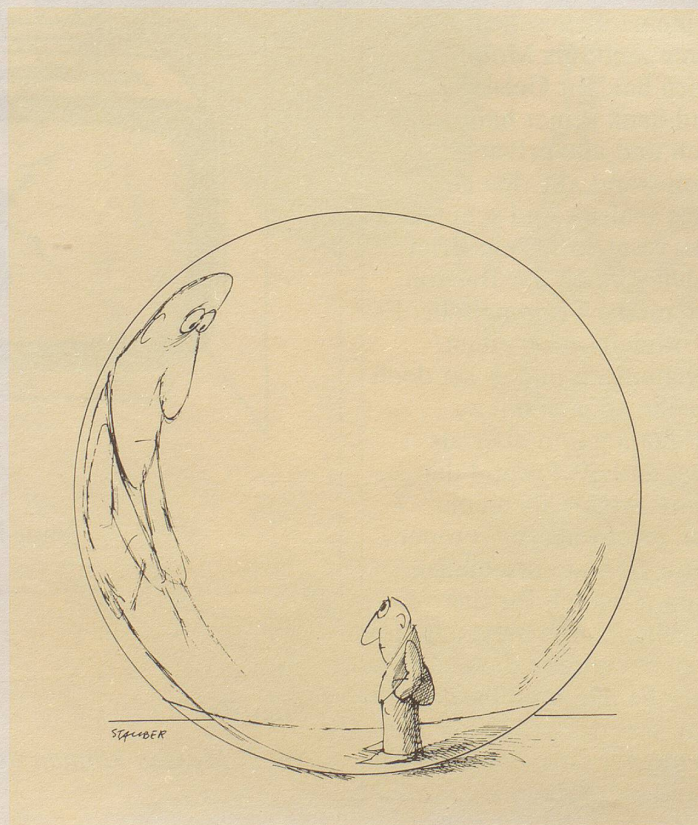
Eine Ziege, ein Wolf und ein Kohlkopf sollen von einem Bauern in einem Kahn über den Fluss befördert werden. In dem Kahn aber kann er nur zwei der drei zu Befördernden mitnehmen. Der Wolf darf nicht mit der Ziege allein bleiben, sonst frisst er sie. Die Ziege darf nicht mit dem Kohlkopf allein bleiben, sonst frisst sie ihn. Wie stellt es der Bauer an, mit allen dreien an das andere Ufer zu gelangen? Das ist Psychologie.

Würden Sie für Ihren Urlaub das beste Zimmer in einem mittleren Hotel oder ein mittleres Zimmer in einem ersten Hotel vorziehen?

Das ist Soziologie.

Wer das mittlere Hotel vorzieht, bekommt zwei Punkte, wer das erste Hotel vorzieht, bekommt fünf Punkte.

Wer nach Beantwortung aller Fragen mehr als sechzig Punkte hat, ist ein angenehmer Vorge-



setzter, ein Mann mit Familiensinn und vielfältigen musischen Interessen ...»

Worauf Weigel zu Intelligenztests übergeht und gesteht:

«... Für mich gibt es einen unfehlbaren Intelligenz-Test: ob jemand die Institution des Intelligenz-Tests akzeptiert oder nicht. Das heisst natürlich nicht, dass ich nicht für mich gewisse Methoden habe, um die Intelligenz von Mitarbeitern und Gesprächspartnern zu mutmassen. Meine unfehlbarste Methode ist die aufmerksame Registrierung des Vokabulars. Sie hat den Vorteil der Unauffälligkeit. Man unterhält sich mit jemandem, und natürlich spürt und ahnt er, dass er bei Beginn der Bekanntschaft (Zusammenarbeit) gemustert, einer Art Prüfung unterworfen wird. Vermutlich wird der Inhalt dessen, was er sagt, von Krampf und Hemmung mitbestimmt. Sicher wird er bewusst das sagen, was seiner Meinung nach gern gehört wird. Das Vokabular aber und die Grammatik gestalten sich jenseits dieser Behinderungen und Arrangements. Jeder Konjunktiv ist ein Gutpunkt. Bei Wörtern, die noch vor zwanzig Jahren einen Punkt gebracht hätten, seither aber modisch geworden sind (Problem, manipulieren, Aggression, Kontakt), passe ich. Nebensätze stimmen mich positiv. Höre ich «fragwürdig» oder «entscheidend» oder «bedeutungslos» oder «überschätzt», hat der Kandidat gewonnen ...»

Der Wähler und das Meinungsforschungs-Spiel

Die Vertracktheit der Ergebnisse von Meinungsforschungen liegt für Weigel darin, dass die Ergebnisse zwar stimmen, aber nur so lange, bis sie publiziert werden. Es lohnt sich, Ueberlegungen darüber anzustellen, denn es ist etwas daran. Deshalb nämlich, weil die Meinung, die als Ergebnis einer Umfrage deutlich wird, ihrerseits sofort wieder die Meinung beeinflusst. Eine Tatsache, die oft Grund dafür sein mag, dass überhaupt Meinungsumfragen gemacht werden, und die Weigel zu folgender Ueberlegung verleitet:

«... Wir nehmen an, dass zwei Parteien sich um die Gunst des Wählers bewerben und dass die Meinungsforscher emsig meinungsforschen.

Wenn die Meinungsforscher verkünden: «Die Grünen werden haushoch gewinnen», gewinnen die Blauen.

Wenn die Meinungsforscher verkünden: «Die Blauen werden haushoch gewinnen», gewinnen die Grünen.

Denn dann denken die blauen

(grünen) Wähler: Wir gewinnen sowieso haushoch! Wozu soll ich den Weg zum Wahllokal auf mich nehmen?

Die grünen (blauen) Wähler aber denken: Die Blauen (Grünen) sollen keine zu grosse Mehrheit haben! Wenn wir schon nicht gewinnen, müssen wir eine möglichst starke Opposition sein. Auf zum Wahllokal!

Die Neutralen denken: Auf zum Wahllokal! Wir mögen zwar beide nicht besonders, aber die armen Grünen (Blauen) sollen nicht ganz zerrieben werden. Am Ende bekommen die Blauen (Grünen) sogar die Zweidrittelmehrheit. Das muss verhindert werden. – Und sie wählen die Grünen (Blauen).

Und wenn sich dieses Phänomen einigemal ergeben hat, denkt der kluge Wähler, der die Grünen (Blauen) vorzieht oder neutral ist, beim nächstenmal: Die Meinungsforscher haben den Grünen (Blauen) den Sieg prophezeit, also gewinnen die Blauen (Grünen) die Wahl, also muss ich, damit die Blauen (Grünen) nicht zu stark werden, unbedingt

wählen gehen und die Grünen (Blauen) wählen.

Und so gewinnen die Grünen (Blauen) die Wahl, obwohl die Meinungsforscher ihren Sieg vorausgesagt haben.

Und so wäre alles in Ordnung, aber da sind die Meinungsforscher, und sie denken gleichzeitig: Wir ziehen aus unseren letzten Fehldiagnosen die Konsequenz; und wenn wir herausbekommen haben, dass die Mehrzahl der Befragten die Grünen (Blauen) wählen will, und wir daher auf Grund unserer Erfahrungen annehmen, dass daraufhin die Blauen (Grünen) die Wahl gewinnen, müssen wir das Gegenteil dessen, was wir herausbekommen haben, vorher-sagen, damit das Wahlresultat mit dem Willen der Wähler übereinstimmt.

Und wieder werden daraufhin jene nicht gewählt, welche von den Meinungsforschern als haushoch Sieger ausposaunt worden waren.

Und wenn sich auch das einigemal wiederholt, erkennen auch die Wähler die Gesetzmässigkeit und

denken: Die Meinungsforscher prophezeien den Sieg der Grünen (Blauen), damit wir denken, dass die Blauen (Grünen) bessere Chancen haben, und daraufhin die Grünen (Blauen) wählen und diese die Mehrheit bekommen. Also wählen wir die Blauen (Grünen). Aber gleichzeitig denken die Meinungsforscher. Und sie denken: Wenn die Wähler denken, dass wir den Sieg der Grünen (Blauen) vorhersagen, damit die Wähler denken, dass daraufhin die Blauen (Grünen) gewählt werden und daher die Grünen (Blauen) die Mehrheit bekommen, müssen wir, wenn die Mehrzahl der Befragten sich für die Grünen (Blauen) ausspricht, den Sieg der Blauen (Grünen) prophezeien, damit die Grünen (Blauen) siegen.

Und wieder werden nicht die gewählt, die von den Meinungsforschern als haushoch Sieger ausposaunt worden sind.

Und was geschieht, nachdem sich auch das einige Male wiederholt hat? ...»

Dann, so möchte ich abschliessend antworten, tritt eine Verwirrung ein, die grösser ist, als Weigel andeutet, weil nämlich noch ein zusätzlicher, von ihm nicht erwähnter Faktor dazukommt. Weder jedes Meinungsforschungsinstitut noch jeder Wähler zieht wohl zur gleichen Zeit die gleichen der genannten Schlussfolgerungen, sondern sie stehen auf unterschiedlichen Erkenntnisstufen.

Dass künftig alle auf der gleichen stehen – das könnte Hans Weigels Buch bewirken.

