

Zeitschrift:	Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band:	107 (1981)
Heft:	32
Rubrik:	Blick in die Schweiz : zu welchem Typ gehören Sie?

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: 13.01.2026

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



Blick in die Schweiz

Bruno Knobel

Zu welchem Typ gehören Sie?

Einmal mehr ist unsere Bevölkerung meinungs-forschend untersucht worden. Dem Institut SCOPE ging es diesmal um das Informationsverhalten, d. h. um die Informationsgewohnheiten der Deutschschweizer: Auswahl des Informationsmediums (Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Radio, TV, Werbebotschaften), Zeitaufwand für den Konsum, Art der Aufnahme usw.

Aus dem Ergebnis schuf SCOPE eine Typen-Skala

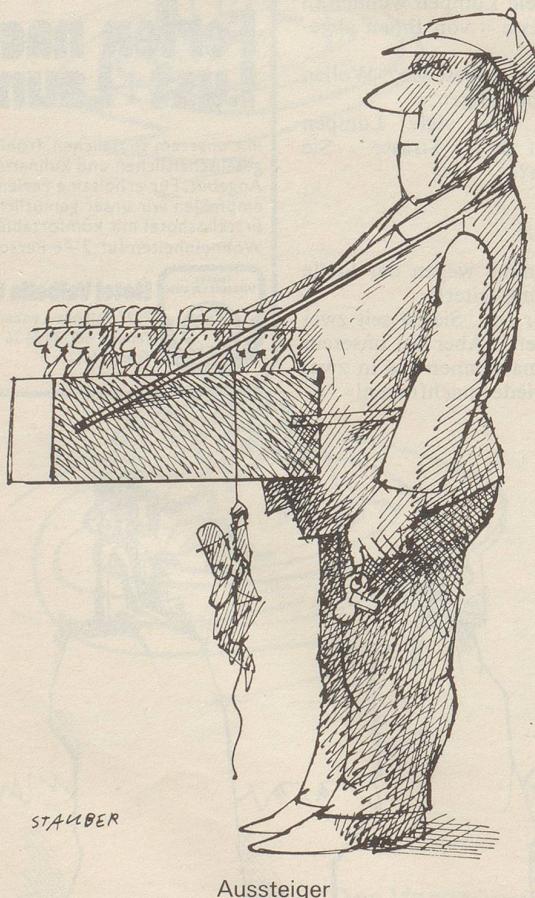
von A bis F (siehe Tabelle), in welcher Typ B (welcher die sogenannte Mittelschicht bildet) als durch Informationen besonders leicht erreichbar bezeichnet wird. Diesen Typ sprächen besonders «Blick» oder – weniger ausgeprägt – «Sport» an, während Leser z. B. von «Tages-Anzeiger» und «NZZ» grösstenteils dem Typ D zuzurechnen sein sollen. Zeitschriften wiederum seien besonders in Gruppe C, teilweise auch bei A und B gut vertreten ...

Fazit (gemäss SCOPE): Die Medien dürften neben dem leicht zugänglichen Publikum (B) die «Mauerblümchen» (A) und die anspruchsvollen Leser (zunehmend bei C bis E) nicht vernachlässigen, und insbesondere sei die «Sprache» von Radio und TV zu differenzieren, denn mit steigendem Bildungsgrad sinkt zurzeit der Fernsehkonsum.

Bei Gruppe F sei das Alter (unter 29) das wesentliche Merkmal. Ihre Angehörigen, also die Jungen, nähmen Informationen spontan und unorthodox auf; ihr Medienkonsum sei flüchtig, die Interessen seien unterschiedlich. Das Fernsehen werde relativ wenig konsumiert, dagegen Radio, wobei Popmusik von ausländischen Sendern im Vordergrund stünde. Das Interesse für Politik sei hingegen nicht sehr hoch. Um diese Gruppe der Jungen ansprechen zu können, müsse eine «Sprache» gefunden werden, die deutlich anders sei als für die andern Gruppen. Ueber die Art dieser Sprache vermochte SCOPE allerdings keine Angaben zu machen.

Und so ist denn nun also für Zeitungsmacher sowie Radio- und Fernsehschaffende die neue Aufgabe vorgezeichnet, ebenso klar wie einfach: Man muss ja nur noch rasch die Sprache finden, von der sich gleichzeitig sowohl die wenig Interessierten und weniger Gebildeten als auch die Anspruchsvollen und besser Gebildeten angesprochen fühlen, die aber dennoch auch noch so ganz anders ist, dass auch die Jungen unter 29 darauf ansprechen. Diese Sprache müsste offensichtlich ein *Mittelding* sein zwischen «NZZ»-Artikulation, «Blick»-Jargon, Ausdrucksweise eines Radio-Diskjockeys, TV-Wort-zum-Sonntag, mit einer Spur verbalem Schulterklopfen von der Art des Coop-Mittwoch-Werbespots als Konzession an die «Mittelschicht» ...

Ebenso nebenbei wie abschliessend gefragt: Zu welchem Typ gehören eigentlich *Sie*?



PS. Das Buch des Nebi-Mitarbeiters Hans Weigel «Der exakte Schwindel oder Der Untergang des Abendlands durch Zahlen und Ziffern» ist kürzlich auch in einer wohlfeilen dtv-Taschenbuchausgabe erschienen.