

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 108 (1982)
Heft: 4

Rubrik: Das Dementi

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: 11.01.2026

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

Der Tote sagt es

(Ein «Blick»-feld auf vier Zeitungsberichte)

Eigentlich ist es nicht ein Toter, sondern vier, genauer: ein Toter in vierfacher Auflage, geliefert von vier Zeitungen, vier «Fällen» aus dem helvetischen Medien-Blätterwald. Sie heissen (in alphabetischer Reihenfolge): «Blick», «Neue Zürcher Zeitung», «Tages-Anzeiger», «Thurgauer Zeitung», und sprechen nicht nur für sich allein, sondern auch für alle andern «Fälle», die ebensogut als Beispiel hätten dienen können.

Vorerst die Fakten dieses Spiels: Was: Leichenfund. Wer: Unbekannter, Südländer-Typ. Wann: früher Sonntagmorgen, 6. September 1981. Wie: Herzschuss. Wo: im Sihlwald, im sogenannten Hebisennrank. Alter: 25 bis 35jährig. Grösse: 170 Zentimeter. Haare: dunkel gekraust, zurückgekämmt, Schnauz. Kleider: dunkelvioletter Anzug, Zweireiher, mit roten Nadelstreifen, Hemd: beige, dunkle Strickkrawatte, schwarze Halbstiefel. Mitgeführte Gegenstände: Schlüsselbund, Dunhill-Zigaretten, gesicherte Faustfeuerwaffe, kleiner Geldbetrag.

Der «Tagi» und die «NZZ» geben diese Fakten vollständig wieder. In der «Thurgauer Zeitung» werden alle Angaben über Grösse, Haare und Kleider des Toten gestrichen, was verständlich ist, denn – je weiter der Leser vom Geschehen entfernt ist, desto weniger mag er von ihm «getroffen» sein.

Anders beim «Blick». Er «muss» ja dabei sein. Um so überraschender ist es deshalb, dass über die genannten Fakten noch weniger steht. Es fehlen Angaben über Grösse, Haare und Haarfarbe des Toten. Einzig der «markante Schnauz» ist erwähnt. Auch über die mitgeführten Gegenstände des Mannes: Schlüsselbund und Zigaretten steht nichts. Sogar die Markenbezeichnung der goldenen IWC-Uhr reduziert sich auf eine «wertvolle Goldarmbanduhr».

Man fragt sich: Wenn schon die Fakten nicht herhalten, was sie eigentlich herhalten sollten, wieviel schwieriger muss es bei den übrigen Aussagen sein. Das Alter des Toten (25 bis 35 Jahre) gibt «Blick» mit «etwa 25 Jahre» an. Auch die Gesichtszüge sieht er anders. Aus den südländischen werden slawische, was

ein bequemes «Blick»-feld mit dem Mörder des jugoslawischen «Kindli»-Nachtportiers ermöglicht. Die Gegenüberstellung der Zeitungstitel (alle 7. September 1981) zeigt dies noch deutlicher:

«Blick»: MÖRDER LEGTEN LEICHE NEBEN LIEBES-PAAR (Titelseite, 28 Millimeter Lettern, rot unterstrichen)

«NZZ»: Leichenfund im Sihlwald (3 Millimeter)

«Tagi»: Toter im Sihlwald gibt Rätsel auf (4 Millimeter)

«TZ»: Tot nach Herzschuss (3 Millimeter)

Für den «Blick» handelt es sich von allem Anfang an nicht um das Rätsel eines Leichenfundes, sondern um einen Mord. «Blick» war ja zweifellos «dabei» und weiss: eine Leiche verkauft sich leichter im Wickelpapier eines Mordes. Eine gewöhnliche Leiche ist zu tot, um daraus noch

etwas zu schlagen. Da gehört «eine blutige Abrechnung» dazu. Oder die Frage: «War es Rache für den Mord am «Kindli»-Portier?» Da müssen «professionelle Killer» her, die «wieder» (immer wieder) zuschlagen. Da müssen Nebenumstände her, die wichtiger sind als die eigentlichen Fakten und die den «Fall» so richtig aufheizen: «Wenige Meter von der Leiche entfernt war ein grauer Mercedes mit CD-Schildern aus dem Fürstentum Liechtenstein parkiert. Ein junges Paar hatte sich darin geliebt und dann geschlafen. Es hatte nichts bemerkt.» Eine solche Information «zur Sache» haut natürlich hin. Sie «macht» alles, sogar Tote lebendig, Lebendige tot, als ein Leben «nebenan», das den Leser (nur noch) als Konsument betrachtet. Von den vier Zeitungen nennt einzig die «NZZ» eine Telefonnummer für «Personen, die den Getöteten gekannt haben und allfällige Zeugen, die am Sonntagmorgen um sieben Uhr am Fundort der Leiche Unge-wohntes beobachtet haben».

Deshalb sagt auch der Umfang der Zeitungsmeldung noch gar nichts aus über den Informationsinhalt. Die «TZ» brauchte rund 90 Wörter, die «NZZ» 160, der «Tagi» 170 und der «Blick» –

250. Man kann somit festhalten, dass die Anzahl Wörter bei «Blick» im umgekehrten Verhältnis steht zur gelieferten Information. Der Hunger nach Information ist geringer als der Hunger nach Sensation. Diese ist ein Zusatzstoff. Etwas Sex (Liebespaar) gehört dazu, etwas Verbrechen («Kindli»-Mörder), womit bereits zwei entscheidende Elemente genannt sind. Eine (nur) auf Erfolg ausgerichtete Zeitung braucht dies. Das gehört einfach dazu. Der Mangel an Information gehört dazu, möchte man sagen, obwohl es geradezu als erwiesen gelten dürfte, dass «Blick» in solchen Fällen jeweils zuerst mit der Leiche spricht.

Der Tote sagt es.

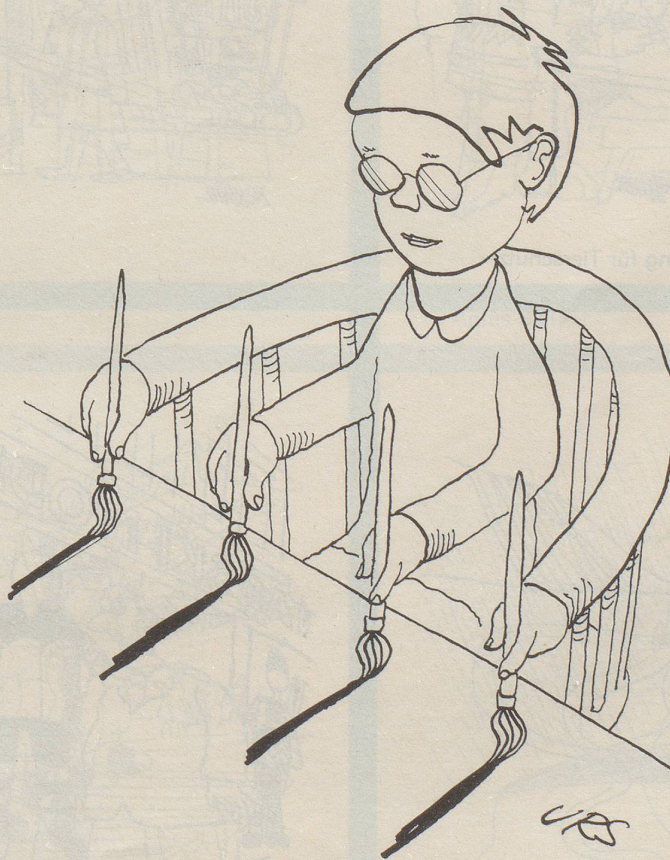
Weinseliges

Komisch, wenn der Wein einmal zu sauer ist, reklamieren die «Kenner». Wenn er aber dann noch ein wenig saurer wird, dann loben die gleichen Leute wieder: was für ein herrlicher Essig! Es ist eben alles eine Frage des Masses! Und herrliche Orientteppiche in allen möglichen Massen gibt es bei Vidal an der Bahnhofstrasse 31 in Zürich!

Das Dementi

Es stimmt nicht, dass die Schweiz klimatische Veränderungen zu befürchten hat oder dass die Wasservorkommen zwischen Zollikofen und dem Oberaargau gefährdet sind, falls die SBB im Zuge ihrer Modernisierung die längst fällige Haupttransversale (NHT), eine begrabte Bahnlinie, bauen würden. Diese Befürchtungen sind beim Bau einer Autobahn durchaus am Platze, nicht aber bei einer Bahn! Dazu kommen viele andere, zum Teil lächerlich wirkende Argumente, mit denen ein Aktionskomitee gegen die NHT in Kirchberg diese Linie torpedieren möchte. Die empörten Mannen dieses Komitees sollten doch schon als bewährte Artilleristen und Kavalleristen wissen, dass ein Schuss, der meilenweit übers Ziel hinaus oder daran vorbei trifft, ausser Spesen nichts bringt und dass sich solche Werbung immer kontraproduktiv auswirkt.

Schtämmugge



Anleitung ist schon der halbe Erfolg

Elchina 
das bewährte und wohlschmeckende
Stärkungsmittel – gibt
neue Kraft und Energie.
In Apotheken und Drogerien