

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 116 (1990)
Heft: 26

Artikel: Yuppie ade, Scheiden tut weh
Autor: Moser, Jürg / Senn, Martin
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-609759>

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: 15.04.2026

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

Yuppie ade,

VON JÜRIG MOSER

Die Vorbilder kommen, die Vorbilder gehen. Alte Idole verblassen, neue Idole blühen. Beständig ist nur der Wechsel.

Wilhelm Tell und General Guisan haben ebenso abgedankt wie Hans Albers, Heinz Rühmann und Gottlieb Duttweiler. Auf John F. Kennedy und Marilyn Monroe folgten James Bond und Oswald Kolle. Nach dem Siegeszug von Heidi Abel und Mäni Weber wurden Marx und Lenin wiederbelebt, Mao Tse-tung und Ho Chi-minh galten als Vordenker. Rudi Dutschke und Daniel Cohn-Bendit verdrängten – von Bob Dylan, Joan Baez, Timothy Leary und Allen Ginsberg begleitet – Albert Schweitzer und Mahatma Gandhi. Die Jugendbewegung von 1980 nahm sich punkvoll und skinheadig ihre eigene Existenz zum Vorbild und duldete neben sich höchstens noch Pat und Patachon oder Laurel und Hardy. Aus der chaotischen Bewegungs-Asche erhob sich die propere Yuppie-Generation, welche im Schweisse ihres Angesichts den Fussstapfen von Howard Hughes und Aristoteles Onassis nachspürte. Heute dominieren die Z-Typen den aktuellen Boden der abwechslungsreichen Realität. Ihre Galions- und Identifikationsfigur heisst Bruno Manser.

Mit der Z-Zunft in die Zukunft

Bruno Manser stammt aus Basel, und er hat in Borneo jahrelang für die Eingeborenen gekämpft, weil deren Lebensraum und Kultur vom profitsüchtigen Geier der Zivilisation bedroht sind. Die Frage bleibt, ob Bruno Manser sich selbst als Z-Typ bezeichnen würde – und ob er als Galionsfigur das Werbeschiff auf einer Modewelle zieren möchte.

Die Entdeckung der Z-Typen ist dem Marktforschungsdrang von DemoSCOPE zu verdanken. DemoSCOPE analysiert periodisch, wie der Zeitgeist die durch-

schnittsschweizerische Persönlichkeitsstruktur umgeformt hat. Festgehalten werden diese Veränderungen in der «Psychologischen Landkarte der Schweiz» (PKS), welche für den werbeindustriellen Orientierungslauf die Ziele vorschreibt.

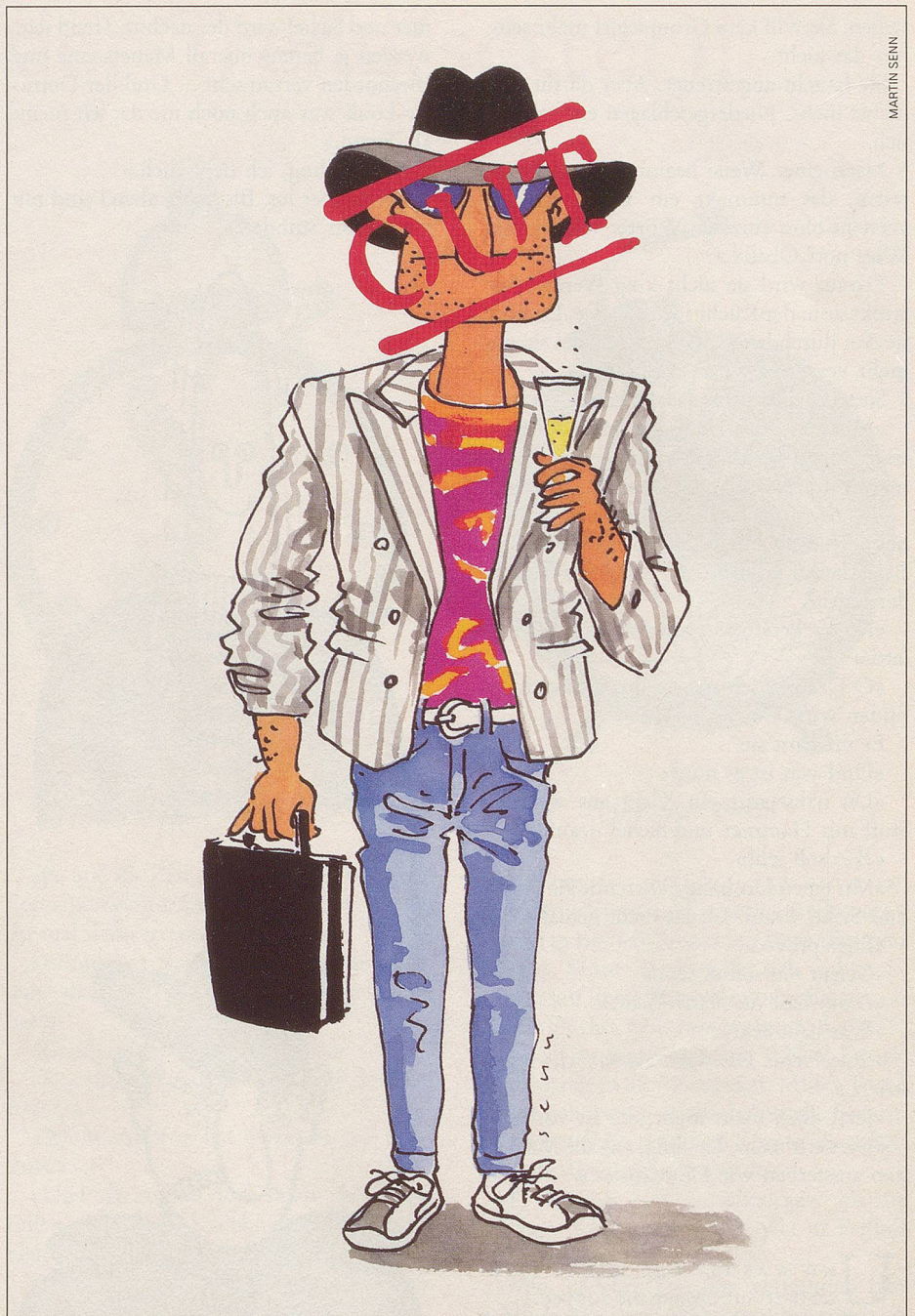
Seinen Namen hat der Z-Typ vom Anfangs-Buchstaben des Wortes «Zukunft» erhalten. Die Ablöser der Yuppie-Generation denken nämlich nicht nur an heute, sondern auch an morgen. Die sensationelle Dimension dieser Erkenntnis wird einem natürlich erst dann vollumfänglich bewusst, wenn man – entgegen besseren Wissens – einmal annimmt, dass in der Vergangenheit noch niemand an eine Zukunft gedacht

habe. Möglicherweise gehört solche Vergesslichkeit zum Instrumentarium heutiger Marktforschung.

Eine Utopie ohne Utopien

Zu den Z-Menschen gehören gemäss DemoSCOPE 31 Prozent aller Schweizerinnen und Schweizer zwischen 15 und 74 Jahren. Weil innerhalb Europas die Staatsgrenzen zunehmend abgebaut werden, probt der Sonderfall Schweiz zunächst einmal den vorsichtigen Grenzabbau zwischen den Generationen im eigenen Land.

Die Z-Generation hat kein Vertrauen in Ideologien. Vielmehr fühlt sie sich von den



Scheiden tut weh

Utopien der freien Marktwirtschaft, der 68er-Revolution und der 80er-Bewegung betrogen. Die Z-Menschen erheben deshalb die Ideologielosigkeit zu ihrer Ideologie und engagieren sich konsequent für eine Utopie ohne Utopien. Gleichzeitig halten sie nichts von Vor-, Leit- und Feindbildern. Aber Bruno Manser dient ihnen als symbolträchtige Identifikationsfigur.

Ihre Denkmuster stricken sich die zeitgenössischen Z-Typen aus den Bruchstücken all dessen zusammen, was ihnen mehr oder weniger zufällig begegnet. Auf ein intellektuelles Sicherheitsnetz können sie verzichten, denn dank ihres Gespürs für echte Innovationen haben sie ein Selbstwertgefühl entwickelt, das sich um keinerlei Wertmassstäbe scheren muss. Unbekümmert bastelt jeder Z-Mensch seine persönlichen Luftschlösser nach eigenem Gutdünken und weist dabei jede Anleitung weit von sich.

Mut zum Widerspruch

Dass geistige Selbstversorgung zu erheblichen Mangelerscheinungen führt, fällt im triumphalen Phantasietraum visionärer Ziellosigkeit heutzutage niemandem mehr auf. Hauptsache, die Betonköpfe werden von den Sockeln gestossen. Wichtig bei diesem Spass ist eigentlich nur, dass die Hohlköpfe der Z-Stosstruppen voll zur Geltung kommen.

Die Mitglieder der Z-Generation halten sich für Individualisten und Nonkonformisten. Um ihren gemeinsamen Individualismus und Nonkonformismus zu beweisen, haben sie sich mutig zum Widerspruch entschlossen. Z-Menschen lieben das Risiko intellektuell ungewöhnlicher Szenarien, und sie kämpfen deshalb gegen unflexible Institutionen wie Verwaltungen, Kirchen, politische Parteien und dergleichen mehr. Ein Paradebeispiel für ihren Mut zum Widerspruch ist die GSoA-Initiative mit 36 Prozent Ja-Stimmen für die Abschaffung der Armee.

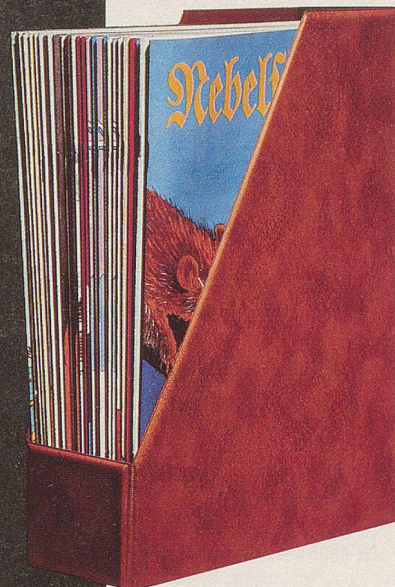
Nun mag man sich natürlich den Kopf darüber zerbrechen, ob ein Individualismus und ein Nonkonformismus, der bei 31 Prozent der durchschnittsschweizerischen Bevölkerung in identischer Ausprägung erscheint, tatsächlich individualistisch und nonkonformistisch ist. Und warum braucht eine Generation, die sich dem Kampf gegen Vor- und Leitbilder verschrieben hat, für eben diesen Kampf eine mansersche Identifikationsfigur? Ist es nicht seltsam, wenn eine Generation ihre Abneigung gegen Institutionen gewissermassen institutionalisiert?

Der Z-Typ hat auf alle Fragen die passende Antwort. Mit jener Ehrlichkeit und Offenheit, die er von Opinion-Leaders und Führungskräften erwartet, gesteht er frank und frei: Auch wir Z-Menschen leben mit Widersprüchen – aber bewusst; wir widersprechen grundsätzlich, also auch unseren eigenen Grundsätzen.

Nach dem Z-Typ die Sintflut?

Den echten Z-Menschen erkennt man daran, dass er sich – aufgrund seines individualistischen und nonkonformistischen Selbstbildes – gar nicht für einen Z-Menschen hält. Unter diesem Blickwinkel könnte es sich bei dem von DemoSCOPE entdeckten Yuppie-Ablöser um ein inexistentes Phantom handeln. Andererseits wäre natürlich auch denkbar, dass der marktforscherspezifisch ausgelotete Verdummungsgrad bei den werbemässig interessanten Zielgruppen bereits jenes Ausmass angenommen hat, welches die Fähigkeit einer realistischen Selbstbetrachtung nicht mehr ermöglicht. Ob so oder so: Der Z-Typ ist in, der Spiesser ist out. Nur Spiesser brauchen in/out-Listen, um sich an vorgegebenen Wertnormen zu orientieren. Weil aber das out-Sein in ist, richtet sich auch der Z-Mensch nach solchen Vorgaben ...

◆ SAMMELKASSETTEN ◆



Noch länger

frisch ...

... und gut erhalten bleiben Ihre Nebelspalter-Jahrgänge in den praktischen Sammelkassetten.

Zwei Kassetten (braune Lederimitation) genügen für die Aufbewahrung eines kompletten Jahrgangs.

Masse:
85 × 225 × 305 mm.

Preise:
1 Kassette Fr. 8.–
2 Kassetten Fr. 15.–
3 Kassetten Fr. 21.–
4 Kassetten Fr. 27.–
inkl. Porto und Verpackung

Bestellen Sie durch Vorauszahlung des entsprechenden Betrages auf Postcheck-Konto 90-326-1, Nebelspalter-Verlag, 9400 Rorschach, mit dem Vermerk «Kassetten». Bitte tragen Sie Ihre Adresse auf dem Einzahlungsschein in Blockschrift oder mit Stempel ein!