

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 117 (1991)
Heft: 18

Rubrik: Eine Rätselserie von Peter Hammer (Text) und Ursula Stalder (Illustration)

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: 09.01.2026

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

Einschlaf- statt Einschaltquote

VON PETER PETERS

Jahrzehntelang war die Einschaltquote die heilige Kuh der Fernsehgewaltigen und Kommunikationswissenschaftler, doch zu Beginn der 90er Jahre verliert sie zusehends an Bedeutung und dürfte in wenigen Jahren voraussichtlich völlig in den Hintergrund treten. Der Grund: Immer mehr Menschen sehen im amerikanischen Stil fern, das heisst, sie lassen das Gerät so gut wie immer eingeschaltet, ohne unbedingt davor zu sitzen und die Programme aufmerksam zu verfolgen. Das führt zu rein statistisch enorm hohen Einschaltquoten, aber die Leute bekommen oft gar nicht mit, was auf dem Bildschirm läuft. Dies wiederum wäre nicht so schlimm, wenn nicht die Werbung wäre, die das Ganze ja schliesslich bezahlen soll und deshalb ihr Publikum erreichen will und muss. «Was nützen mir hundert Prozent Einschaltquote», fragt ein einflussreicher Werbeproduzent, «wenn die Leute

gerade dann, wenn unsere teuer bezahlten Spots laufen, gar nicht hingucken?»

Ein Forschungsprojekt hat nun ergeben, dass der Fernsehkonsument für die Botschaften der Reklame gerade dann besonders empfänglich ist, wenn er kurz davor ist, vor der «Glötze» einzuschlafen. Hier öffnet sich eine Zeitlang das Unterbewusstsein und saugt die Produktnamen und dazugehörigen positiven Bilder und Qualitäten tief in sich hinein. Folgerichtig muss der Werbewirtschaft daran gelegen sein, dass ihre Spots nicht zu irgendeinem beliebigen Zeitpunkt, sondern just in diesem Moment gesendet werden, wo der Zuschauer gerade ins Reich der Träume entgleitet. Statt der irreführenden Einschaltquote wird sich das Augenmerk deshalb künftig auf die viel wichtigere *Einschlafquote* richten. Ehe die neue, von manchen Insidern als revolutionär empfundene Konzeption in Millionen Wohnzimmern spürbar werden kann, sind noch eine Reihe von technisch schwierigen Problemen zu lösen. Mit einem sim-

plen Schnarch-Detektor, wie er zunächst vorgeschlagen wurde, ist es ja nicht getan. Hochempfindliche Sensoren müssen an der Haltung, den Augen, dem Atem des Fernsehzuschauers gerade jenen fragilen Zwischenzustand registrieren, bevor es zu spät ist. Sodann muss der fällige Reklamespot abgerufen und ins laufende Programm eingeblockt werden. Dazu sollen die Geräte mit einem digitalen Speicher ausgerüstet werden, der immer genug Spots parat hat, die er computergesteuert auf den Bildschirm bringt, sobald der davor Sitzende schläfrig genug ist.

Ein Berg von Arbeit liegt vor den an dieser Sache interessierten Konzernen, und es werden noch Jahre vergehen, bis der neue Einschlafquoten-Gedanke das alte Einschaltquoten-Konzept abgelöst und ersetzt hat. Nur eines, darin sind sich die Experten einig, entspricht schon heute dem angestrebten Zukunftsstandard: die Fernsehprogramme sind schon jetzt langweilig genug.

Eine Rätselserie von Peter Hammer (Text) und Ursula Stalder (Illustration)

OKTOLUS IM FRÜCHTEKORB

Als Dank für den Oktolusschen Zapfenstreich mit der Okto-Nuss schenkt ihm Königin Pares kurzerhand einen Früchtekorb mit der Bitte, daraus einen kleinen Rätsel-Cocktail zu mixen. Der wortlose Denker dankt hierfür nickend und beisst gleichzeitig mit Wollust in diese zweifelsohne anspruchsvolle Knacknuss.

Sorgfältig, liebevoll nimmt er Frucht um Frucht aus dem Korb, bis vor ihm vier Bananen, drei Orangen, zwei Ananas, zwei Zitronen, zwei Okto-Nüsse, drei Melonen, drei Zwetschen und eine Pflaume liegen. Vermal will er damit ein Gleichgewicht herbeipressen. Doch bereits ein erster Versuch scheitert. Die beiden Bananen und die Ananas in der linken Schale beinhalten offensichtlich mehr Saft als er der Melone zumutet. Erst als er sich in die rechte Schale schleicht, ist es da, das herbeigesehnte Gleichgewicht. Mehr Glück hat er bei den drei weiteren Wägungen. Auf Anhieb pendeln die Waagen waagrecht ein, lassen keinen Zweifel offen: Unter den acht Früchte-Typen gibt es keine faule Pflaume. Rätselhaft wird dann allerdings eine fünfte, fiktive Waa-

ge. Legen wir hier in die linke Schale zwei Zitronen und eine Pflaume, in die rechte Schale zwei Orangen und eine Melone, so sinkt die eine Schale – sofern sie sich auf die Angaben der übrigen vier Schalen stützt. Springt aber Oktolus in die andere Schale, so balanciert die Waage nach Lust und Laune so lange, bis die Sonne die Früchte trockenlegt.

In welche Waagschale muss sich demzufolge Oktolus begeben, um auch bei der fünften, fiktiven Waage die Früchteschalen auf das Gleichgewicht einzustimmen?

