

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 118 (1992)
Heft: 13

Rubrik: Prisma

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: 15.01.2026

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

Müssen wir Zuschauer uns das gefallen lassen?

VON GERD KARPE

Sehr geehrter Herr Fernsehdirektor!

Wenn ich Ihren Sender einschalte, muss ich immer wieder Dinge erleben, die mich als Fernsehzuschauer masslos ärgern.

Es ist einfach nicht zu begreifen, dass die schönsten, abwechslungsreichsten Werbesendungen regelmässig für längere Zeit von sogenannten Unterhaltungsbloeken unterbrochen werden. Entweder werden bei der Gelegenheit kitschige Liebesfilme, üble Brutalostreifen oder irgendwelche belanglosen Sportereignisse dazwischengeschaltet. Müssen wir Zuschauer uns das gefallen lassen?

Können Sie es verantworten, wenn nach einer märchenhaften Szene mit Palmenstrand, Klassefrauen und Traumauto plötzlich

lich finstere Ballermänner in Wildwestmanier aufeinander losgehen? Oder finden Sie es geschmackvoll, wenn nach liebebreizenden Kätzchen am Futternapf, die wissen, welche Nahrung ihnen Kraft gibt, ein widerlicher Ehestreit über den Bildschirm flimmert?

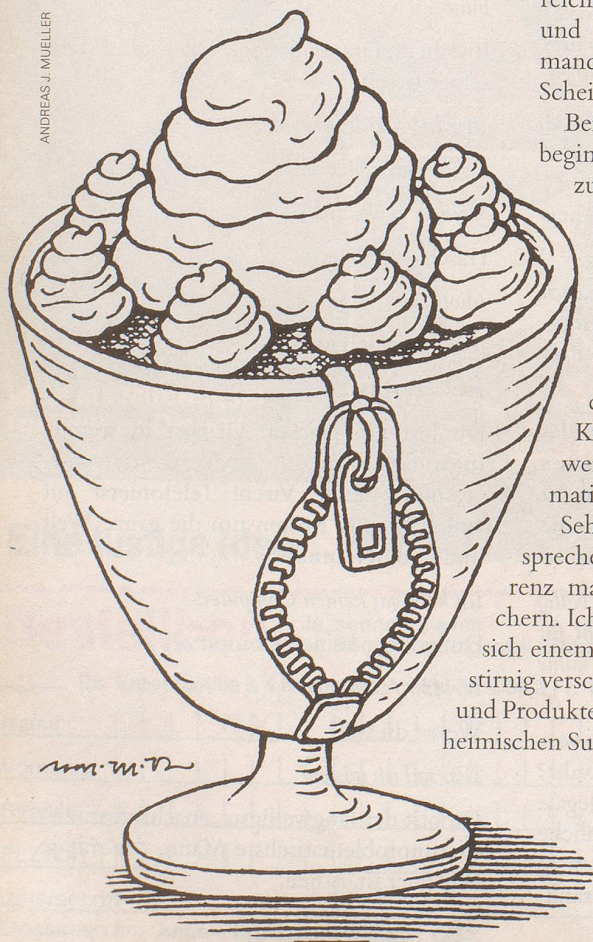
Schlimm ist es auch, wenn nach dampfendem Kaffeegenuss mit frischen Brötchen und Margarine, die Leib und Seele stärkt, wenn nach dieser Familienidylle am Frühstückstisch sich unvermittelt zwei Tennisfreaks wer weiss wie lange die Bälle um die Ohren hauen. Welcher normale Mensch setzt sich vor die Mattscheibe, um sich solchen Schwachsinn anzusehen?

In den kreativen Werbeprogrammen erkennt sich ein jeder sogleich wieder. Egal ob Oma oder Opa, ob Eltern oder Kinder. Sogar das herzige Baby und die braven Haustierte werden nicht vergessen. Hier gefällt die lebensnahe Darstellung und die einfallsreiche Bildführung. Die Dialoge sind knapp und witzig. Von ihnen könnte sich so mancher Politiker oder Kommentator eine Scheibe abschneiden.

Beim einen oder anderen Fernsehsender beginnen die Verantwortlichen allmählich zu begreifen, worauf es dem Zuschauer ankommt. Durch geschickten Kanalwechsel lässt sich – nicht zuletzt aufgrund der privaten Konkurrenz – mittlerweile die Teilnahme an einem nahezu lückenlosen Werbeprogramm erreichen. Das bietet jedermann die Gewähr, mit erfreulichen Kurzszenen spannend unterhalten zu werden, ohne dass lebenswichtige Informationen dabei zu kurz kommen.

Sehr geehrter Herr Fernsehdirektor, sprechen Sie doch bei der nächsten Konferenz mal mit den Herren Programm-Machern. Ich kann mir nicht vorstellen, dass jene sich einem bürgerfreundlichen Fernsehen engstirnig verschliessen möchten, welches Menschen und Produkte zeigt, wie sie jedem von uns aus dem heimischen Supermarkt bestens vertraut sind.

Mit freundlichem Gruss
Gottfried Glotz



ANDREAS J. MUELLER

PRISMA

■ Nachsitzen

«Literaturpapst» Marcel Reich-Ranicki beim 3. Ringier-Forum in Zürich: «Weshalb waren junge Autoren früher 22, 23, 24 Jahre alt, und warum sind sie heute 32, 33, 34? Weil sie heute nach der Schule erstmal Deutsch lernen müssen.» *fhz*

■ Vergleich(e)

Chefredaktor Roger de Weck vom Zürcher *Tages-Anzeiger* meinte: «Wenn eine Ware mit der Qualität runtergeht, verkauft man weniger. Wenn man im Journalismus mit der Qualität runtergeht, verkauft man manchmal mehr.» *-te*

■ Mitleid

Literaturkritiker Hardy Ruoss bedauert den Wald: «Wer keinen korrekten deutschen Satz zustande bringt, ist noch lange nicht avantgardistisch. Manchmal könnten einem wirklich die Bäume leid tun, die da gefällt werden, wenn man sieht, was auf dem Papier geschrieben steht.» *k*

■ Verwickelt

Der neue Psycho-Thriller «Dead again» wurde in der Zeitschrift *Cinema* als «der beste Hitchcock, den Hitchcock nie gedreht hat» bezeichnet. *bo*

■ GeneTic

Die jüngste Frucht menschlicher Genialität ist die Furcht vor manipulierten Genen. *ui*

■ Geht's noch?

Da kommt doch tatsächlich ein steiler Typ nicht im Cabriolet gefahren, sondern zu Fuss geschritten. Werbung für teure Schuhe, natürlich! *ea*

■ Abseits

Schiedsrichter Malcolm Armstrong schlug beim Match zwischen Eaton Park Rangers und FC Seething mit einem Kinnhaken einen Spieler zu Boden, warf seine Trillerpfeife weg, zeigte sich selbst die rote Karte und stürmte zornig vom Rasen ... *kai*

■ Frage der Woche

Eine Fernsehkritik begann mit der Frage: «Ist es denn zu fassen, was der Mensch dem Menschen antut?» *au*