

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 120 (1994)
Heft: 51-52

Artikel: Gespräch mit dem Pfarrer : ein Fernsehzuschauer
Autor: Gerber, Kurt / Sigg, Hans
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-612940>

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: 24.02.2026

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

Ein Fernsehzuschauer

Wir Schweizer sind doch so ein gemütliches Volk, Herr Pfarrer, mit einem Herz für alle und alles. Mit Asylbewerbern feiern wir Cocktailparties und gedenken dabei dem verblichenen Molotow. Dazu haben wir – vielleicht anerzogen durch Tobias – sehr viel Verständnis für alles, was ein richtiger Lausbub ist. Nicht etwa nur wir kleinen Leute von der Strasse. Auch ein hochgestelltes Behördenmitglied in Bülach erkennt in einem Anschlag auf ein Asylantenheim einen Lausbubenstreich. Ist ja irgendwie auch ganz lustig, wenn in einer kleinen Stadt einmal richtig etwas los ist. Und passiert ist ja letztlich nichts. Überhaupt nichts. Wozu sollte man die Dinge also dramatisieren? Schliesslich ist es ja lange her, dass solche Lausbubenstreiche Ausmasse angenommen haben, dass sie nicht mehr so ergötzt waren.

Hass und Feindschaft sind preiswürdig

Allerdings hat die Medaille auch eine Kehrseite. Unsere Gemütlichkeit bringt uns dummerweise überhaupt nichts ein. Keinen Respekt, keinen Ruhm. Solche Anschläge sollten wir eher etwas übertrieben unter dem Aspekt von Hass und Feindschaft propagieren. Das eröffnet ungeahnte Perspektiven. Hass und Feindschaft sind immerhin die unmittelbare Vorstufe zu einem Friedensnobelpreis. Nicht Sektenführer als Stifter des ewigen Friedens.

Dieser Umweg ist darum nötig, weil unser Auszeichnungsbedürfnis offenbar von alters her unvollständig ist. Warum in aller Welt sind wir nie auf die Idee gekom-

men, einen Friedensnobelpreis auszurichten? Krieg war doch seit jeher das höchste der Gefühle für die Menschheit.

Haben nicht sogar wir Schweizer bis über die Mitte dieses Jahrhunderts hinaus in der Nationalhymne beschwörend unsere Mutter Helvetia angebohrt: «Hast noch der Söhne, ja, wie sie St. Jakob sah: freudvoll zum Streit?» Im Namen der Nation haben wir also das Aufleben primitiver Schlägertrupps gefordert. Hat damals eigentlich niemand Hitler des Plagiats bezichtigt und Schadenersatz geltend gemacht?

Und was waren die Fernsehsendungen mit den höchsten Einschaltquoten aller Zeiten? So leid es mir tut, Herr Pfarrer, es war nicht das Wort zum Sonntag, sondern die Übertragungen vom Golfkrieg, die in den Staaten wahre Traumquoten erreichten. Erst der Krieg scheint uns einen richtig friedlichen Fernsehabend zu bescheren. Krieg bewegt den Menschen im Innersten, ausser vielleicht den Gottschalk. Der könnte dem Krieg vermutlich erst etwas abgewinnen, wenn er dabei im Mittelpunkt stünde. Diese Erkenntnisse sollten sich auch die Fernsehschaffenden zunutze machen. Das wäre wichtig für das Gemeinwohl,

gibt es doch zusehends immer weniger Menschen, die nicht Fernsehschaffende sind. Das hat auch die Kommunikations-Industrie erkannt und bastelt schon daran herum, uns den Empfang von bis zu 500 Sendern zu ermöglichen. So etwas nenne ich Fortschritt! Oder haben Sie je überhaupt zu hoffen gewagt, dass Sie eines Tages Aserbaidschan 3 zu Hause werden empfangen können? Nostalgiker werden sogar auf einem taiwanischen Lokalsender ihren früheren Arbeitsplatz wieder zu Gesicht bekommen.

An uns TV-Zuschauer stellt diese Entwicklung natürlich sehr hohe Anforderungen hinsichtlich unserer Moral. Sie wissen doch, dass die sogenannten Zapper schon heute ein Ärgernis für die Werber sind. Sobald die Werbespots eingeblendet werden, schalten diese Charakterlumpen auf einen andern Sender um. Dabei hängt doch die Existenz eines jeden Senders einzig und allein von seiner Reichweite zur Werbezeit ab. Unter kom-

Allein der Zapper weiss von nichts

merziellen Aspekten betrachtet, ist also das normale Programm bloss Mittel zum Zweck. Ein zahlreich konsumiertes Programm ist demnach bloss ein gerissener Vorwand für hohe Einschaltquoten zur Werbezeit. Silvia von Ballmoos führt Sie durch unseren heutigen Abendvorwand.

Wenn ich einmal 500 Programme empfangen kann, so werde ich sicher nicht den Sendern schaden. Im Gegenteil. Ich werde von Werbeblock zu Werbeblock zappen. Mein Gewissen gebietet mir, die Lebenssubstanz möglichst aller TV-Stationen zu erhalten. Leider werden wohl die wenigsten so denken wie ich. Die Leute werden sich geplagt durch die zwölfbändige Ausgabe der Wochen-Programmbücher ackern und dann von Sendung zu Sendung zappen.

Das müssen Sie schon so sehen, Herr Pfarrer. Allein für die Programmbücher werden ganze Wälder abgeholt. Dann haben wir endlich richtig Platz für ein anständiges Autobahnnetz. Auch das hat sein Gutes. Herr Nationalrat Giezendanner findet eine heile Welt vor, und anstelle seiner Voten

in der «Arena» kann man gleich einen Automobil-Werbespot einspielen.

Wir dürfen jedoch nicht glauben, damit seien alle Zukunftsprobleme gelöst. Wenn nämlich das Fernsehen stur daran festhalten sollte, ausser der Werbung weiterhin andersartige Programme auszustrahlen, so müsste ernsthaft an einem neuen Konzept gearbeitet werden. So, wie das heute gemacht wird, geht es wirklich nicht. Das ist ungenießbar. Da schauen Sie einen Kriminalfilm an, und plötzlich wird dieser unterbrochen durch einen Werbeblock. Das ist genauso tollpatschig plump wie das Witzezählchen. Ohne jegliches natürliche Heranwachsen platzen da ausserhalb jeden Zusammenhangs freischwebende Informationen herein. Erst danach, wenn Sie ihn schon beinahe verloren haben, wird der ursprüngliche Faden wieder aufgegriffen und der Krimi zu Ende gesendet. Am Schluss sitzen Sie da und kennen erstens den Mörder, zweitens die saugkräftigste Monatsbinde und drittens den cremigsten Weichkäse aller Zeiten. Allein der Zapper kennt nichts von alledem.

Durch diese hohle Gasse müssen wir durch

Nein, nein, so geht das nicht! Die Werbung muss organisch in die Sendung hineinwachsen. Dass die Klassiker das nicht haben voraussehen können, dafür habe ich Verständnis. Nehmen Sie es also Schiller nicht übel, dass er den Tell hat sagen lassen: «Durch diese Hohle Gasse muss er kommen; es führt kein andrer Weg nach Küssnacht.» In Zukunft müsste das lau-

ten: «Es führt kein and'rer Weg zur Produktionsstätte vom köstlich delikaten Baer-Käse.» Oder wie kann eine Armgard zu ihren Kindern

Nehmen Sie die Wundsalbe Anti Bobo, Herr Landvogt, das hilft garantiert»

sagen: «Seht, wie ein Wüterich verscheidet?» So etwas fördert die Gaffermentalität und hilft in keiner Weise der gebeutelten Wirtschaft. Lassen wir doch Armgard auf einen verwundeten Gessler zutreten und hilfreich sagen: «Hier, Herr Landvogt. Nehmen Sie die Wundsalbe Anti Bobo. So haben Sie wenigstens noch im Sterben den Verbrauch gefördert.

Dies ist ein Heilmittel. Lesen Sie die Packungsbeilage.» Das wäre auch mehr im Sinne von Henri Dunant, der schliesslich auch Schweizer war.

In diese Richtung müssen die Fernsehmacher vorstossen und dabei direkt mit den Werbern zusammenarbeiten.

Wenn sie

zudem berücksichtigen, dass Übertragungen von Kriegsschauplätzen die grösste Reichweite aufweisen, so drängt sich doch förmlich ein WAR-Channel auf. Dieser sendet rund um die Uhr mitten aus dem Getümmel, und die Werbeslogans werden live zu den gesendeten Bildern gesprochen. Das erspart der Wirtschaft sogar die kostspielige Produktion von Filmen, die sich in keinen Zusammenhang einfügen lassen. Stellen Sie sich doch das Bild eines völlig übermüdeten Füsiliers im

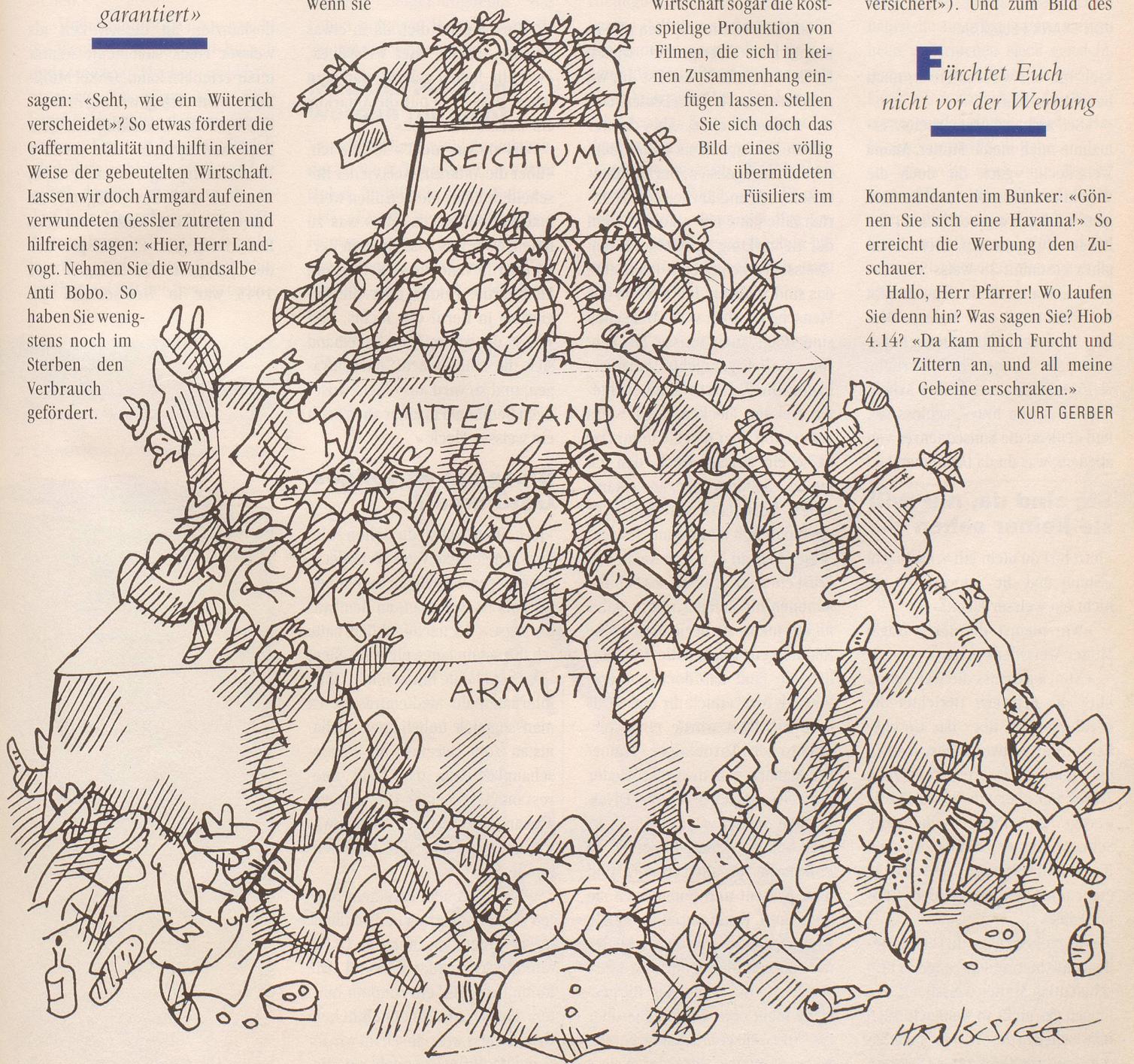
Graben vor. Dazu sagt eine Stimme verlockend sehnslüchtig: «I wett, i hett es Happy-Bett.» Dann schwenkt die Kamera auf einen Verwundeten mit blutüberströmten Klamotten («Nur keine Aufregung. K2R bringt die Flecken restlos weg»). Daneben liegt ein Gefallener («Hoffentlich Allianzversichert»). Und zum Bild des

Fürchtet Euch nicht vor der Werbung

Kommandanten im Bunker: «Gönnen Sie sich eine Havanna!» So erreicht die Werbung den Zuschauer.

Hallo, Herr Pfarrer! Wo laufen Sie denn hin? Was sagen Sie? Hiob 4,14? «Da kam mich Furcht und Zittern an, und all meine Gebeine erschraken.»

KURT GERBER



Gesellschaftliche Entwicklung