

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 121 (1995)
Heft: 21

Vorwort: Editorial
Autor: Raschle, Iwan

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: 11.12.2025

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

Journalistinnen und Journalisten sind geplagte Menschen. Stets sollten sie sich nach tollen News umschaun, dauernd müssen sie dranbleiben, täglich, wöchentlich oder monatlich haben sie zu schreiben. Ganz egal, ob es etwas zu berichten gibt oder nicht, die Zeitungsspalten wollen abgefüllt werden, und sei es bloss, um den zahlreichen Anzeigen einen entsprechend grossen redaktionellen Teil beizustellen.

Es gibt Tage und Wochen, da geschieht nicht viel in diesem Land. Also gibt es auch nicht viel zu erzählen. Für die Medien ist das kein Problem: Wo nichts war, kann vor Redaktionsschluss immer noch was werden. Etwas, das auf dem Titel und auf den Weltformatplakaten eine fette Schlagzeile hergibt, das sich gut verkaufen lässt. Im Boulevardjournalismus ist es gang und gäbe, träge Geschichten bei Bedarf selbst zu erfinden. Oder zu kolportieren. Zu lesen sind dann beispielsweise Katastrophenmeldungen wie jene des auf einer Hochebene gefundenen verbrannten Tauchers, der von einem Löschflugzeug aus dem Seewasser gezogen und über einem brennenden Wald abgeworfen wurde. Diese Story, letzten Sommer vom *Blick* mit Foto publiziert, gilt landläufig als Stadtlegende und ist gar im Buch eines sich mit solchen Lügenmärchen befassenden Professors nachzulesen, sie wurde vom schweizerischen Blut- und Bodenblatt aber skrupellos als Nachricht verkauft. Als journalistische Leistung.

Good news are no news», besagt ein geflügeltes Wort, nur schlechte Nachrichten geben eine verkaufsträchtige Geschichte her. Das stimmt nicht ganz, die (fast) ausschliesslich über sogenannte positive Ereignisse berichtenden Illustrierten beweisen das Woche für Woche, insgesamt aber ist die alte Weisheit durchaus gültig. Skandale lassen sich ganz einfach besser vermarkten als alltägliche Tausendware, und deshalb müssen zwingend solche Geschichten her. Sind sie nicht greifbar, publizieren die verschiedenen Mainstream-Medien irgendwelche pseudo-repräsentativen Meinungsumfragen, vermeintlich fundierte Prognosen und richtungsweisende Analysen, die lediglich aus einem in die Höhe oder Tiefe zeigenden Daumen bestehen und mit einer austauschbaren Begründung garniert werden. Mit Information hat das zwar nichts zu tun, ein Blatt abfüllen lässt sich mit solchen Nullmeldungen

aber problemlos – die Sonntagspresse macht es der Konkurrenz fast jedes Wochenende vor.

Ob solcher Praktiken geraten sich die Journalisten zuweilen selbst in die Haare. Zum Beispiel im Fall des Berner Frauenarztes, der seine Schwägerin und schliesslich sich selbst umgebracht hat. Detailliert über das Blutbad berichtet hat nicht nur der *Blick*, Seiten abgefüllt mit dieser Tragödie haben auch andere, sogenannten seriöse Blätter: Auch sie alle haben bis zum Suizid des geständigen Täters jede Meldung dazu benutzt, den Tatvorgang und die Zerstückelung der Leiche nochmals detailliert zu schildern. Um das Volk über das Böse zu informieren, wenn es denn schon einmal greifbar ist.

Im Kreuzfeuer der Kritik steht derzeit vor allem der *Blick*. Das ist nicht ganz fair, aber es ist berechtigt, zumal der journalistische Populismus vor allem an der Zürcher Dufourstrasse gepflegt wird. Dort, wo die sich ebenfalls Journalistinnen und Journalisten nennen wollenden Meinungsdrescher nun empört sind darüber, als Voyeure und Abenteurer des Informationswesens abgestempelt zu werden, die sie zweifelsohne sind – nicht nur angesichts der gegen den Berner Mörder geführten Hetzkampagne.

Über das plötzliche Ableben des Berner Frauenarztes – der *Blick* nannte ihn stets «Mord-Arzt» oder «Rossmetzger» – herrscht nun freilich auch in anderen Redaktionen verhaltene Trauer. Dort hätte man ebenfalls gerne mehr geschrieben über das jüngste Blutbad in der friedlichen Eidgenossenschaft. Nicht ganz so reisserisch wie die Boulevardmedien vielleicht, aber doch seitenfüllend. Weil das Volk solche Geschichten mag. Und weil sich mit Sensationsmeldungen mehr Zeitungen verkaufen lassen als mit den ewiggleichen Geschichtlein aus dem Bundeshaus. Live-Krimis, da müssen wir den Bluthunden der Regenbogenpresse recht geben, sind nun mal spannender als abgegriffene Jerry-Cotton-Romane. Und schliesslich, auch das ist zu sagen, hat jedes Volk jene Presse, die es verdient. Den Berner Mörder hätten nicht nur die *Blick*-Leute gerne selbst fertiggemacht.

INHALT

6 Weltuntergang in Sicht: Geniesst die letzten Tage!

8 Über den Umgang mit der Realität: Sind wir nicht anders, als wir sind?

18 Kommen die grossen Götter bald zurück?

28 Alles über Geistheiler

34 Briefe, Impressum

36 Exklusiv: Grosser Report über die Indianerzucht

41 Nebizin: Mathias Beltz, Dreldee, Gruppo di Valtorta

Titelblatt: Martin Senn