

Karl Schweris Inserateboykott : es dennert im Schweizer Blätterwald

Autor(en): **Wullschleger, Willi**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **119 (1993)**

Heft 35

PDF erstellt am: **17.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-615633>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Berichterstattung über längere Zeit hinweg die Liebe entzog und dort keine Inserate mehr plazierte. Ans Licht der Öffentlichkeit gelangen allerdings nur die bekanntesten Beispiele. Wenn der Dorfmetzger das *Echo vom Maiengrün* wegen dessen allzu grosser Sympathie für die Vegetarier für seine Blut- und Leberwurst-Werbung nicht mehr berücksichtigt oder dem *Hinkenden Boten* vom katholischen Pfarrer die Gottesdienstordnung entzogen wird, weil es das Blatt gewagt hat, den refor-

nicht ohne Folgen bleiben. Was dem Discounter recht ist, kann den anderen nur billig sein. Ab sofort inseriert der Autohändler X nur noch in jenen Gazetten, die das Waldsterben auch im Jahre 1993 noch als verspäteten Studentenuk von Bundesrat Alphons Egli abtun. Der Schokoriegel-Verkäufer von Suchard plazierte nur noch dort seine Inserate, wo kein Wort über Cholesterin und Herzinfarkte verloren wird. Und die Zürcher Niederdorf-Huren haben beschlossen, ihre Liebesdienste nur noch

6,2 Prozent als guteidgenössischen Kompromiss zu bezeichnen. Allzufreche Artikel über die Genforschung, die Armee oder das Hornbergerschiesen im Bundesparlament vergessen all jene nicht so schnell, die direkt daran beteiligt sind – die Parlamentarier nämlich. Wie hart der Liebesentzug eines Ernst Mühleemann, einer Geneviève Aubry oder eines Jean Ziegler sein kann, erahnt nur, wer dies als Journalist am eigenen Leib bereits zu spüren bekommen hat.

Karl Schweris Inserateboykott:

Es dennert im Schweizer Blätterwald

VON WILLI WULLSCHLEGER

Karl Schweri, der omnipräsente Hörnliverkäufer aus Zürich, hat ein für allemal genug. Wer seiner geliebten Tochter Denner an die Wäsche geht und dies gleich noch in aller Öffentlichkeit tut, muss mit Repressalien rechnen. Die Zeitschrift *Cash* aus dem Hause Ringier hat es in mehreren Nummern gewagt, aus dem pikanten Innenleben der Primadonna des Schweizer Detailhandels zu plaudern. Prompt hat das neugierige Wirtschaftsblatt mitsamt seinem Konzern von Denner eins auf die Finger bekommen: Ab sofort muss (oder vielmehr darf) der Leser eines Ringier-Produktes auf die Denner-Werbung verzichten, weil sich Karl Schweri weigert, weiterhin jemandem seine Werbefranken zuzuhalten, der ihn im gleichen Atemzug kritisch unter die Lupe nimmt ...

Hatten wir das nicht schon einmal? In den frühen achtziger Jahren war es die mächtige Autobranche, die dem *Tages-Anzeiger* wegen autokritischer

mierten Gemeindepräsidenten mit Foto aufs Titelblatt zu setzen, ist keiner da, der die schlimme Knebelung der Meinungs- und Pressefreiheit geisselt.

Angesichts der wirtschaftlich schwierigen Situation bleibt vielen Verlegern und Journalisten nichts mehr anderes übrig, als sich künftig unbotmässiger Eskapaden zu enthalten und wieder das zu schreiben, was die Mächtigen und Reichen in diesem Lande schon immer lesen wollten. Oder in der Werbesprache ausgedrückt: «Ein werbefreundliches Umfeld» muss her.

Die Auswirkungen der Schweri-Kriegserklärung werden für die Schweizer Medien

in solchen Blättern anzubieten, in denen das Klimakterium mit einem Berg in Afrika und Aids mit einem Waschpulver verwechselt werden.

Es wird nicht lange dauern, bis auch das Bundeshaus vom Schweri-Syndrom befallen sein wird. Bundespräsident Adolf Ogi gewährt nur noch solchen Journalisten ein Interview, die in den letzten 24 Monaten kein kritisches Wort über die Neat, die Bahn 2000 und den Fernsehsender S plus geschrieben haben. Otto Stich schlägt jedem Journalisten die Türe vor der Nase zu, der es seit März gewagt hat, den Mehrwertsteuer-Satz von

Der Kleinkrämer Schweri hat nicht nur Ringier eins auf die Finger gehauen und gleichzeitig Werbung in eigener Sache gemacht, mit dieser Inseratensperre ist der ganzen Gesellschaft ein Maulkorb umgehängt worden. Angesichts der ohnehin schwierigen wirtschaftlichen Situation werden immer mehr Zeitungen und Zeitschriften vor dem Druck der Inserenten kapitulieren und sich ganz in deren Dienst stellen. Das hat Konsequenzen für die Denner-Discounter. In Kürze werden dort neben einer Food- und Non-food-Abteilung auch «objektive Informationen» aus dem Hause Schweri zu kaufen sein: im günstigen Multipack oder im umweltfreundlichen Offenverkauf, in Sonderangeboten oder Aktionen – und in den flauen Sommerwochen mit Glücksslot to attraktiver gemacht. Keimfrei verpackt und mit einem Verfalldatum versehen, werden endlich jene Informationen angeboten, die der mündige Bürger dieses Landes so dringend nötig hätte. «Lieber Kunde, beachten Sie bitte unsere besonders günstigen Denner-Aktionen zum Wochenende. Beim Kauf von drei Informationshäppchen bezahlen Sie nur zwei.»

Coninx, Curti, Lamunière, Ringier und andere Verleger haben ausgedient – unser neuer Schweizer Medienmogul heisst Karl Schweri: Es dennert im Schweizer Blätterwald.

