

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 117 (1991)  
**Heft:** 35

## Inhaltsverzeichnis

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

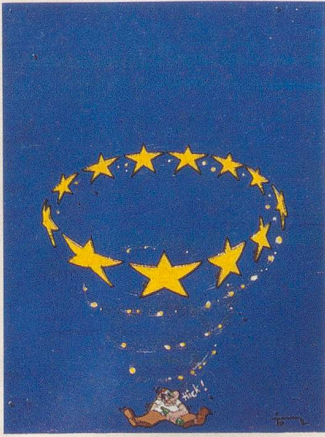
### **Terms of use**

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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 30.03.2025

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





Eine Tagung von Marketingfachleuten hatte kürzlich die neuen Trends, die in nächster Zukunft in Werbung und Absatz Bedeutung haben werden, zum Thema. Eine zentrale Erkenntnis dabei war, dass es immer weniger national beschränkte Typologien möglicher Kunden gibt, sondern dass mit verschiedenen sogenannten «Euro-Typen» gerechnet werden muss. Diese Typen kommen in jedem europäischen Land vor, haben aber nicht in allen Ländern die gleiche Bedeutung. Der «Euro-Yuppie», der übrigens bald vom «Euro-Milkie» abgelöst werden soll, hat gegenüber dem «Euro-Romantic», dem Harmonie, Heim und Familie alles bedeuten, schon mächtig an Boden verloren. In der Schweiz seien die wertgebundenen, beharrlichen Konsumententypen überdurchschnittlich vertreten: die Puritaner, Resignierten und Moralisten. Beim helvetischen «Euro-Puri» scheint sich im Traum vom Europa der Zukunft demnach der Kater schon vor dem Rausch auszuwirken ...

(Titelbild: Toni Ochsner)



## Nebelspalter

Die humoristisch-satirische Schweizer Zeitschrift

117. Jahrgang Gegründet 1875

Redaktion: Werner Meier-Léchet; Bernd Junkers

Layout: Andreas Laszlo

Redaktionssekretariat: Ursula Schweizer

Redaktionsadresse: Postfach, 9400 Rorschach  
Telefon 071/41 43 41, Telefax 071/41 43 13

Der Nebelspalter erscheint jeden Montag.

Für unverlangt eingesandte Beiträge kann die Redaktion keine Verantwortung übernehmen. Korrespondenz über solche Beiträge ist nur in Ausnahmefällen möglich.

Der Nachdruck von Texten und Zeichnungen ist nur mit Zustimmung der Redaktion gestattet.

Verlag, Druck und Administration:

E. Löpfel-Benz AG, Druck- und Verlagshaus, 9400 Rorschach,  
Telefon 071/41 43 41 — 41 43 42

Abonnementsabteilung: Tel. 071/41 43 41

Abonnementspreise:

Schweiz: 12 Monate Fr. 104.- 6 Monate Fr. 55.-

Europa\*: 12 Monate Fr. 120.- 6 Monate Fr. 63.-

Übersee\*: 12 Monate Fr. 156.- 6 Monate Fr. 81.-

\*inkl. Land- und Seepostporto. Luftpostpreise auf Anfrage.

Bestehende Abonnements erneuern sich automatisch, wenn keine Abbestellung erfolgt.

Postcheck St.Gallen 90-326-1.

Abonnement-Bestellungen nehmen alle Buchhandlungen und der Verlag in Rorschach entgegen.

Anzeigenleitung und Anzeigenverkauf:

Isler Annoncen AG, Grubenstrasse 4, 8902 Urdorf  
Telefon 01/734 04 72, Telefax 01/734 06 80

Anzeigenverwaltung:

Sandra Di Benedetto  
Pestalozzistrasse 5, 9400 Rorschach  
Telefon 071/41 43 41, Telefax 071/41 43 13

Touristikwerbung:

Theo Walser-Heinz, Via Mondacce 141, 6648 Minusio,  
Tel. 093/67 32 10, Telefax 093/67 38 28

Inseraten-Annahmeschluss:

Ein- und zweifarbige Inserate:  
1 Woche vor Erscheinen.  
Vierfarbige Inserate: 4 Wochen vor Erscheinen.

Insertionspreise:

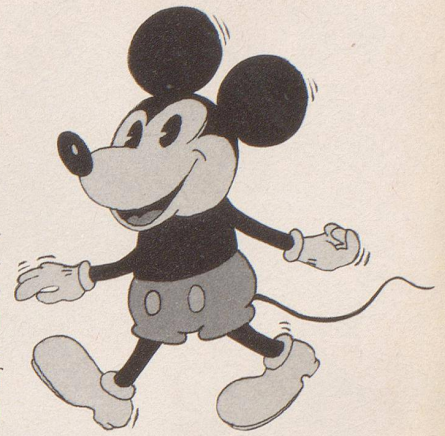
Nach Tarif 1991/1

## In dieser Nummer

Markus Rohner:

### Bekannte Gesichter sind wirksamer als Programme

Bisher haben Wahlkämpfe immer als Auseinandersetzungen über Parteiprogramme oder populäre Forderungen von Einthemen-Parteien stattgefunden. Wie lanweilig dies ist, wissen die Parteisekretariate anhand des Publikumsinteresses an den üblichen Wahlveranstaltungen. Diesmal setzen einige Parteien weniger auf Inhalte, dafür aber auf bekannte Gesichter. (Seite 10)



Frank Feldman:

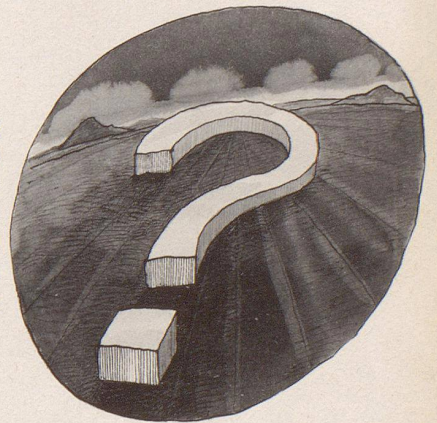
### Warten auf G.

Es ist nicht bekannt, wo sich verblichene Sowjetgrößen nach ihrem irdischen Dasein aufhalten. Dennoch konnte Frank Feldman ein Gespräch zwischen Molotow, Bulganin, Malenkov u.a. aufzeichnen. Die Herren waren übrigens gar nicht erstaunt darüber, dass Mikhail Gorbatschow durch verordnete «Krankheit» abgesetzt wurde. Einzelnen von ihnen ist das ja auch passiert. (Seite 22)

Aurel Schmidt:

### Fast hundert mögliche Antworten

Fragen können nerven. Wer Antworten schlagfertig gleich parat hat, den werden auch die hartnäckigsten Fragereien nicht umhauen. So wie man eine Sprache anhand der häufigsten Redewendungen lernt, können Antworten erlernt werden. Ein grosses Repertoire an Standard-Antworten besticht zwar nicht so sehr durch Inhalte, als vielmehr durch deren spontane Anwendung. (Seite 36)



Werner Meier:	Mehrheit aus der Warteschlange	Seite 5
Peter Riederer:	«Das Ausland hat ja auch Dreck am Stecken»	Seite 6
Gradimir Smudja:	Europaproblem Alpentransit	Seite 9
Heinrich Wiesner:	Freiheit definieren heisst, ihr Grenzen setzen	Seite 14
Hans Moser:	Die ausgeleiterten Werbesujets sind vorbei	Seite 32
Henrik Petro:	«Das Tram ist in meiner Gewalt»	Seite 38
Gerd Karpe:	Die Stunde der Piratenbraut	Seite 41