

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 118 (1992)
Heft: 8

Artikel: "Gspüri" übertrifft alle Graswuchsabhörmethoden
Autor: Sautter, Erwin A.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-602699>

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: 31.03.2025

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

«Gspüri» übertrifft alle Graswuchsabhörmethoden

VON ERWIN A. SAUTTER

Fast alle Medienleute glauben, die Nase immer im Wind zu haben und das Gras wachsen zu hören. Ebenso viele Werbeleute glauben, den Medienfritzen noch eine Nasenlänge voraus zu sein. Die meisten Unternehmer glauben überhaupt nichts (mehr) und setzen in schlafwandlerischer Manier Schritt um Schritt übers hohe Seil — ohne Netz darunter, wohlverstanden.

Und dann liest man etwa unter dem Titel «Gerät unsere Medienlandschaft aus den Fugen?» in der *Neuen Zürcher Zeitung* (25./26. Januar): «Es wäre geradezu fahrlässig, wenn der Bundesrat sich, wie es die Autoren der Radio- und Fernsehverordnung taten, auf eine Studie namens «Medien 2000» aus dem Jahr 1986 stützen würde, die mitten im Werbeboom davon ausging, dass das Werbewachstum für die Zeitungen bis zum Jahr 2000 überdurchschnittlich hoch sein werde.» Die Wirklichkeit des Jahres 1992 sehe anders aus, vermerkt *NZZ*-Inlandredaktor Gottlieb F. Höpli vorwurfsvoll mit abschliessendem Ausrufezeichen.

In der *Sonntagszeitung* (26. Januar) zitiert Wirtschaftsredaktor Hanspeter Bürgin den doch stets recht unternehmerisch denken-

den Zürcher Verleger Beat Curti, der vor sieben Monaten noch erklärte, eine Zusammenlegung der beiden Wirtschaftsmagazi-

ne *Bilanz* sowie *Politik und Wirtschaft* käme einem verlegerischen Fehlentscheid gleich. Dieser «Fehlentscheid» ist in der Zwischenzeit — wie heute bekannt ist und viele vorausgeahnt haben — gefallen. Wer das geahnt hat, brauchte nicht über besondere Graswuchsabhörmethoden zu verfügen, sondern lediglich über etwas «Gspüri» für die Dinge, die da kommen könnten.

Weder ausgewiesene Spezialisten auf dem Gebiet der Werbe(einnahmen)planung noch erfahrene Unternehmer in der Zeitungs- und Zeitschriftenbranche sind in diesen Monaten und Jahren offensichtlich fähig, sich frühzeitig einer «rollenden Planung» zu bedienen. Stattdessen wird im Kaffeesatz oder in den Sternen gelesen, was sich in der Zukunft und mit Blick aufs Jahr 2000 so tut. Und das gibt doch in weiten Kreisen dieses Landes zu denken und zu grübeln. Wie soll dem Fussvolk einer Nation der Orientierungslauf durch den sich ständig verändernden Irrgarten der Wirtschaft gelingen, wenn aufwendige Studien über die Entwicklung der Werbeausgaben ein völlig falsches Bild vermitteln und idolverdächtige Persönlichkeiten nicht einmal mehr das Gras im einstigen «Jardin des Modes» wachsen hören, bevor noch weitere Medien in selbiges beißen?

z miäd ...

mängisch
chumä n ich miär vor
wiä ne Värs
vomenä Gedicht,
zmitzd imenä Gedicht,
wo kei Mändsch
meh liest,

will z lang isch,
z lang gratä.

Wo der Afang vergässä hed
und nid weiss,
wo s afahd
und wiä nes z Änd gahd.

Mängisch
isch mer eifach z miäd,
sich über sich sälber
sy Värs z machä.

Julian Dillier



**Was Mieter wissen müssen.
Ein K-TIP-Dossier
zum neuen Mietrecht.**

**K-TIP: Die Zeitschrift zur Kassensturz-Sendung.
20 Ausgaben für nur 20 Franken.**

Bitte schicken Sie mir den K-TIP im Abonnement.

Name: _____

Vorname: _____

Adresse: _____

PLZ/Ort: _____

Bitte einsenden an:
K-TIP, 9400 Rorschach

Jetzt abonnieren.