

Der Soundso aus Dingsda

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **93 (1967)**

Heft 48

PDF erstellt am: **10.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-507285>

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.

Der Soundso aus Dingsda

Meine bessere Einsicht

Letzthin ist mir verschiedenes aufgefallen. Alles am gleichen Tag. Am *Fernsehschirm* wurde in der Aktualitätensendung eine Reportage gebracht aus einem Schweizer Unternehmen. Die Reportage bildete eine hervorragende Information. Sie machte mich – als Schweizer – stolz. Aber in einem Punkt ließ sie mich unbefriedigt: Ich erfuhr nicht, um wen es sich handelte. Der Kommentator sagte nur: In einer Firma der Soundsobranche der Zentralschweiz. In der Zentralschweiz gibt es rund 50 solcher Firmen.

Später drehte ich den *Radio* an und erfuhr in der Aktualitätensendung folgendes:

«In einem Unternehmen der Dies- und -das-Branche der nordwestlichen Ostschweiz» sei der Welt stärkster Lokomotiv-Motor fertiggestellt worden und befinde sich zurzeit in dieser Firma im Probiertand, welcher der modernste Europas sei.

Und drei Minuten später hieß es, an einer internationalen Ausstel-

lung habe sich einmal mehr eine Textilmaschine «eines bekannten deutsch-schweizerischen Unternehmens aus der Nähe Zürichs» als in der Welt führend erwiesen.

Wie gesagt: diese Meldungen erfüllten mich mit Stolz. Aber wirklich informiert hätte ich mich erst gefühlt, wenn ich die Namen der Firmen erfahren hätte. Selbstverständlich hätte ich ihn *dann* erfahren, wenn im Keller des ersten Unternehmens eine Leiche gefunden, wenn in der zweiten Firma von einem Mitarbeiter namhaft unterschlagen und im dritten Unternehmen ein Streik entfesselt worden wäre. Die Herkunft des Guten aber wird verschwiegen! ...

Aber bei näherem Zusehen erkannte ich doch, daß die heutige Informationspraxis richtig ist. Würde man Gutes über sie sagen, könnten die besagten Unternehmen ja davon profitieren. Und das wäre nicht recht.

Und deshalb sollte man noch einen Schritt weitergehen.

Weshalb nicht so?

Es geht doch nun einfach nicht an, daß die *Zeitungen* solche Informationen ganz kühn und offen mit dem Firmennamen bringen! Auch sie sollen damit aufhören. Auch wenn es dem Leser als Information erwünscht ist – es bleibt von propagandistischem Wert, und das ist unerwünscht. Basta!

Und die Informationsmedien mögen solches auch in anderen Bereichen tun, bitte!

Was ist doch das für eine Unsitte, ganz offen zu melden, z. B. in Luzern sei eine neue, sehr schöne Freiplastik auf öffentlichem Grund enthielt worden? Das *wirbt* für Luzern – als Ausflugsziel, Wohn- und Arbeitsort –, schädigt also andere

Städte und die Bestrebungen ihrer Verkehrsbüros.

Verboten!

Und natürlich darf auch der Name jenes Künstlers, der die Plastik schuf, nicht genannt werden. Das wäre unlautere Werbung.

Und Schleichwerbung wäre es vollends, und zwar für die Tessiner Granit-Industrie, wenn es in der Meldung hieß, die Plastik sei aus *Tessiner* Granit. Ich glaube, der Leser, Hörer oder Fernseher wäre hinreichend genug informiert, wenn die Meldung schlicht besagte:

«In einer zentralschweizerischen Gemeinde wurde am vergangenen Sonntag eine von Künstlerhand geschaffene Freiplastik, die aus einem besonderen Gestein unseres Alpenmassivs besteht, der Öffentlichkeit übergeben ...» Auf der beigegebenen Photo könnte man dann ja noch immer das Stadtbild im Hintergrund durch Retouchen unkenntlich machen.

Keine Ausnahmen mehr!

Aber auch auf sportlichem Gebiet wäre es durchaus erwünscht, die unlautere Werbung für einzelne Vereine, für bestimmte Sportarten, für gewisse Sportler oder Trainer zu unterbinden. Eine Sportkurzmeldung täte durchaus ihren Zweck, wenn sie etwa so lautete:

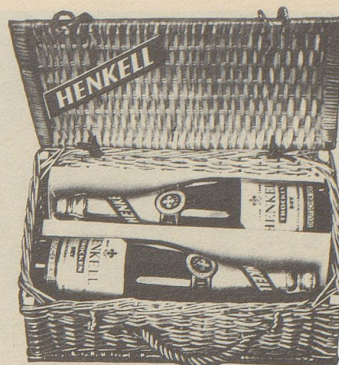
«Im Rahmen des letztsonntäglichen Wettkampfes zwischen einer Ostschweizer und einer Nordostschweizer Mannschaft in einer Rasenmannschafts-Kampfsportart siegte das erstgenannte Team 1:0. Das vom Spielausgang enttäuschte Stammpublikum der Platzherren schritt zu Tätlichkeiten gegenüber dem Schiedsrichter und verletzte dabei auch den aus der Nordostschweiz stammenden, in der Südostschweiz tätigen Mittelfeldspieler der zweitgenannten Mannschaft ...»

Und so müßte man es halten mit dem systematischen Verschweigen von politischen Parteien, Verdiensten irgendwelcher Persönlichkeiten und so.

Ich bin der Meinung, in Zeitungen, Radio und Fernsehen sollten auch Autorennamen systematisch verschwiegen werden. Selbst die Namen von Sendeleitern und dergleichen. Denn was ist das anderes als Propaganda.

Alles, was jemandem allenfalls *nützen* könnte, soll unterschlagen werden. Offen nennen dagegen soll man weiterhin Missetäter und Missetaten. Wichtig sind für das Publikum nur die Namen von Defraudanten, Dirnen, Sexualpathologen sowie – allenfalls und ausnahmsweise – von ausländischen Staatsmännern.

Langjähriger Mitarbeiter eines an einem größeren Nordostschweizer Gewässer erscheinenden Wochenblattes, der aus der Nordwest-Ostschweiz stammt.



Kundentreue ist es wert ...

geschätzt, belohnt zu werden. Ihre Anerkennung können Sie gerade auf Jahresende mit einigen Flaschen HENKELL TROCKEN und mit ein paar netten Zeilen zeigen.

Darum, wenn Sie mich fragen... Kundentreue lohnt man mit HENKELL TROCKEN, dem Sekt für Anspruchsvolle.

HENKELL

TROCKEN

Henkell Import AG, Zürich
Tel. (051) 27 18 97



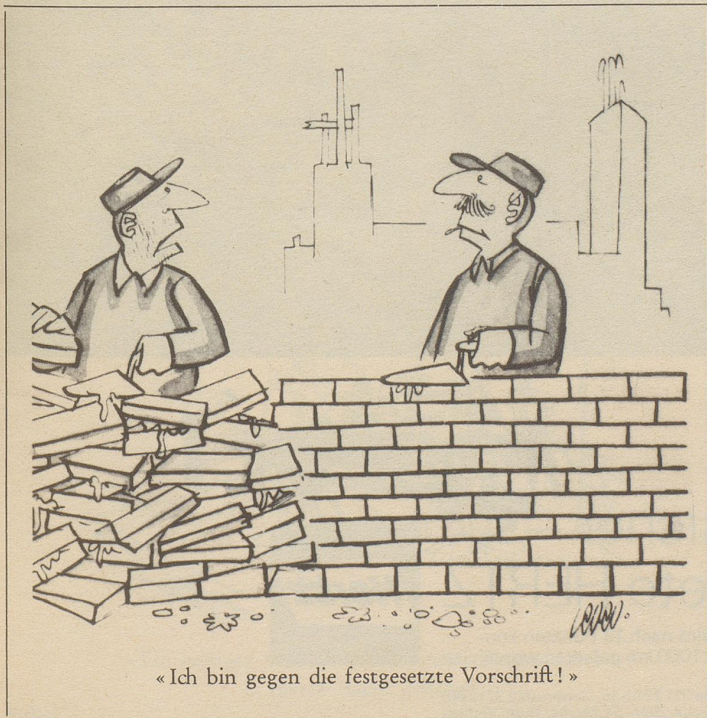
Mit Grison-Schoggi – halb so schlimm.



Ja, Grison-Schoggi bringt gute Laune!



Bezugsquellennachweis: E. Schlatter, Neuchâtel



«Ich bin gegen die festgesetzte Vorschrift!»