

# Das Geschäft mit Informationsfressgier und Wissenstrunksucht

Autor(en): **Flückiger-Mick, Hannes**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **110 (1984)**

Heft 15

PDF erstellt am: **05.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-604850>

## **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.

# Das Geschäft mit Informationsfressgier und Wissenstrunksucht

Bei einer Minderheit soll es sie einst tatsächlich gegeben haben: den gesunden Nachrichten hunger und den sozusagen organisch bedingten Wissensdurst. Wer beides stillen wollte und zu diesem Zweck in den Informations- und Wissenshandel einstieg, musste allerdings bald merken, dass ohne die gleichzeitige Vermarktung von Klatsch keine lohnenden Geschäfte zu machen waren. Heute, wo Informationsfressgier und Wissenstrunksucht zu einem immer weiter verbreiteten Laster werden, drängt sich folgender Schluss auf: Nur wer es versteht, sachliche Nachrichten zu hochgrädigen Sensationen zu destillieren und einer skandallüsternen Horde von Klatschfressern und Blutschnapssäufern auf den Boulevards wie Hurenfleisch zu Schwarzmarktpreisen anzudrehen, schefelt Gold.

Gerne möchte auch ich in die Zunft der Informationszuhälter aufgenommen werden und meinen beträchtlichen Teil am Gewinn mit einkassieren. Zwar fehlt es mir am nötigen Startkapital. Sicher wird sich aber ein finanzkräftiger, in Klatschbörsengeschäften versierter Makler mit mir in Verbindung setzen, wenn ich ihm hier eine Kostprobe meiner Ideen vorlege.

Bekanntlich lockt man die Süchtigen mit ausgefallenen Wettbewerben am erfolgreichsten. Ich schlage vor, dass wir konsequenter als bisher die branchenübliche Thematik vorwegnehmen und erst noch zu einer demokratischen Patizipation unserer Leser am Sensationalisierungsprozess beitragen sollten:

Warum lassen wir die Leser nicht in der Form eines für beide Seiten lukrativen Wettbewerbs im voraus erraten, wie viele Morde im kommenden Monat vermutlich begangen werden, da es doch das Stossgebet jedes realistischen Zeitungsherausgebers ist: Unsere tägliche Skandalration gib uns heute?

Weil der Anstand braver Bürger kaum mehr zur Geltung käme, wenn unserer Gesellschaft nicht als Kontrastmittel ein paar Unholde beigemischt wären, die Frauen und Kinder schänden, könnten die Leser für das Unvermeidliche solcher Greuelthaten besser sensibilisiert werden, indem man sie als prophetische Schätzer agieren liesse.

Auch Leistungswettbewerbe finden Anklang. Warum also nicht eine Herausforderung an alle Männer: Wie oftmal «können» Sie innerhalb von 24 Stunden? Kein Mogeln möglich. Alles geschieht unter notarieller Aufsicht.

Aber nun zum eigentlichen Inhalt. Wie jeder Eingeweihte weiss, ist eine gute Schlagzeile schon der halbe Erfolg. Hat man nur erst eine zügige Schlagzeile, dann ist eine angemessene Story leicht herstellbar.

Deshalb hier ein paar Vorschläge:

**Prostituierte und Propheten: die ungleichen Partner**

**Ängste vor Ärschen**

**Das Geschäft mit dem Soldatenblut**

**Heilige Henker: Ihr Gewissen machte sie zu Mördern**

**Wer nicht bluffen will, muss büssen**

**Gut gelogen ist halb gewonnen**

**Je reicher die Schweizer, desto ärmer die Kirchenmäuse**

**Arschlecker: Ein lohnender Beruf**

**Wenn Zahnärzte ihre Zähne zeigen**

**Neueste Tests beweisen es: Auch gescheite Kühe machen Muh**

**Wer den Fusstritt nicht ehrt, ist der Almosen nicht wert**

Natürlich werden wir unsern Brei auch mit einer angemessenen Dosis Selbstkritik würzen. Folgende Titel würden unsere Leser gerne schlucken, wenn gute Köche sie appetitlich servierten:

**Die Boulevardpresse: Boom für lose Mäuler**

**Als die Lügen flügel wurden: Der Triumph der Massenmedien**

Blossstellen werden wir aber vor allem die andern. Die üblichen Titel wie «Blick hinter die verschwiegenen Mauern von Buckingham Palace: Ehemalige Zofe der Queen packt aus» werden wir nur in einer Übergangsphase noch verwenden. Auspacken werden für uns vor allem die Prominenz selber. Clevere Reporter vermögen auch die trockensten Aussagen in saftige, lesergerechte Stories umzumodeln. Die Ideen liegen bereit. Anlässe, sie zu verwerten, werden sich immer finden lassen:

**Otto Stich gab sich Lilian Uchtenhagen gegenüber erstaunt: Ich begreife gar nicht, was einige Leute an mir stört. Auch du weisst doch aus beruflicher Erfahrung, dass heutzutage ohne Surrogate keine Geschäfte mehr zu machen wären.**

**Man weiss es im Kreml: Seit dem 13. Februar wird Tschernenko von Todesangst gequält. Wenn er überhaupt je Schlaf findet, hört man ihn sprechen: O Juri, Juri, du hast recht: Parteiboss werden ist nicht schwer. Parteiboss bleiben aber sehr.**

Gute Geschäfte lassen sich in letzter Zeit auch mit sogenannten «Dossiers» machen. Ich schlage vor, dass auch wir allen Ramsch, den wir sonst nicht loswerden, in Dossiers scheinwissenschaftlich verpacken und sie unserem Boulevardblatt als Gratisbeilagen mit auf den Weg geben: Ohne Imagepflege kommen auch wir nicht aus. An einprägsamen Titeln lässt sich auch schmutzige Wäsche aufhängen. Hier wieder einige Beispiele:

**Dossier Massenverblödung. Schon im Kindergarten fängt sie an, in der Rekrutenschule kulminiert sie, und wir liefern sowohl Methoden wie Nahrung.**

**Dossier Wie Reiche reich geworden sind. Der lückenlose Nachweis wird erbracht: Nur wer keine Skrupel hat, schafft es. Testen Sie sich selbst: Haben Sie überhaupt eine Chance, reich zu werden? Tips für geeignete Anwärter.**

**Dossier Wo Wirtschaftskriminalität zum täglichen Brot gehört. Jedermann kennt die Fakten. Aber die Polizei kann trotzdem nicht einschreiten. Die Opfer sind wir alle.**

Noch fehlt es der vorgesehenen Zeitung an einem geeigneten Namen. Ich schlage zur Auswahl vor: «Der helvetische Riecher», «Die Böse Zunge», «Der schonungslose Wahrheitsfreund», «Der gemeine Schnüffler», «Der Landhai», «Die Wanze».