

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 102 (1976)
Heft: 42

Illustration: [s.n.]
Autor: Stauber, Jules

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: 14.05.2025

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

körperlich und seelisch «fit» erhält, leistungsfähig, lebensfroh und motiviert. Sie entwickeln sich also – aus dem explosions-trächtigen Experiment des «Anti» auftauchend – täglich über-zeugter zu Anti-«Antis».

Ursina

Leute gibt's ...!

Ein kluger Mann hat gesagt, dass jedes Erlebnis auch eine gewisse Dosis Humor enthalte. Nicht Witz! Aber Humor. Man müsse ihn nur zu sehen wissen. Ich habe das immer geglaubt, und ich bin gern die erste Lächelnde bei einem ungeschickten Vorkommnis. Denn Humor kann heilen.

Nur in seltenen Fällen hat dieses Rezept bei mir versagt. Leider zum Beispiel jetzt. Da habe ich eine Erfahrung gemacht, bei der es mir im wahren Sinne des Wortes den Atem verschlug. Bei dem mein bestgemeintes Lächeln erfror. Was heisst überhaupt: Erfahrungen machen? Machen nicht vielleicht die Erfahrungen uns?

In gesellschaftlichen Dingen bin ich für das Einfache, Gradlinige, und damit wohl etwas altmodisch. Gewiss: nicht jeder-mann denkt so, es wäre ja auch zu langweilig auf der Welt. Nun hat aber ein Ehepaar, mit dem wir seit Jahren befreundet sind, einen originellen – und vielfach profitlichen – Dreh gefunden. Ich möchte nicht sagen erfunden, denn vielleicht wird das mancherorts schon so gemacht. Nur ich hatte es noch nicht erlebt. Zu meinem Glück. Der Dreh geht so: es werden zu einem Fest eine stattliche Menge Leute eingeladen. Aber – Achtung! – von den Ehepaaren nur die Männlein. Die Ehefrauen werden nicht gebeten. Die hören von dem Ding offiziell kein Wort. Durch Indiskretionen vernehmen sie unter der Hand, dass man sie nicht will, weil a) sie zu dumm sind oder zu geschickt und b) zu geschwätzig oder zu schweigsam. Kurzum, die Einladungen werden an Mann gebracht an deren Arbeitsplatz. Hinterrücks, gewissermassen. Die Mannen sind nicht gerade begeistert, die meisten ehrlich geniert. Aber: man kann doch nicht einfach ...? Man muss doch bedenken, nicht wahr ...?

Nun, der Tag der Party ist da, die Männer fahren mehr oder weniger freudig hin. Mit Rücksicht auf die Rücksicht. Und wie üblich von den Frauen zurechtgemacht: Hemd gewaschen, gebügelt, Anzug gebüxt.

So weit, so gut. Gerade elegant ist die Sache sicher nicht und eher ungewohnt. Aber auch nicht erschütternd.

Wo in meinen Augen jedoch

ein einsamer Gipfel von Drolligkeit erreicht wird, das ist in dem Moment, gegen Ende des Festes, wo die Gastgeberin in grosser Stimmung die daheimgebliebenen Gattinnen anruft, ihnen per Draht das fröhliche Treiben vermittelt und mit klagender Stimme ruft: «Wie schade, dass Sie nicht kommen konnten!»

Hier ist bei mir das Atem-Verschlagen eingetreten. Gertrud

Moderner Wildwestfilm

Der Freitag hat es offenbar einwenig in sich! Am Freitag-nachmittag schon hört man die Ambulanz, respektive das Dreiklanghorn vermehrt. Es ist schade, dass wir nicht einsehen wollen, dass uns noch mehr jufte das Gegenteil von dem einbringt, was wir glauben zu erreichen. Ich bekam doch neulich an einem Freitagabend ein komisches Gefühl in der Magengegend und das kam so: Fuhren da zwei Autofahrer eine Einbahn-Ausfalls-Strasse (oder umgekehrte) nebeneinander in zwei Fahr-bahnen oder eigentlich fast einwenig mehr hintereinander. Plötzlich fährt einer der Autofahrer – und es waren dann nicht etwa Frauen (weil ich schon öfters gehört habe, dass Haut wieder e Frou, oh nein) ohne zu blinken und ohne Zeichen dem andern vor die Autonase. Ich habe schon einwenig ghüsler glueget und wenn es mir passiert wäre, ich glaube leider, mir wäre auch so eines der natten Wörtli, die man in «der Eile» anwendet, use-grütscht. Offenbar kam dem hintangesetzten Autofahrer die Galle obsi oder in die Blutbahn und der Zeigefinger bohrte ver-dächtig in einem Sandkasten, nur weiter oben.

Plötzlich hielten beide ihr Auto an, stiegen aus – und alles an einem Freitagabend – hinten dran bald einmal ein Schlängli Autos –, dann redeten sie laut

miteinander und «tableau» – gab es doch einen Boxmatch und eine Verhauerei auf offener Strasse. Da ich doch bald einmal merkte, dass es auf dem Trottoir nicht gleichweil war wie in einem heutigen Kinofauteuil und die Gitterstäbe des Gartenhages am Rücken auch nicht viel gemeinsam haben mit der Rückenlehne eines Sessels, kam ich nicht zu einem Gratiswildwestfilm!

Da ich Boxen und Knüllere sowieso nicht mag, ging ich lieber so schnell wie möglich über die Strasse, heim in meine friedlichen Wände, aber ich muss schon sagen, nicht gerade sehr glücklich, solches gibt einem doch zu denken.

Der Anblick einer Bergmatte mit Blumen ist gfreuter, oder empfindet das nur Euer Söffeli

Wege zur Verkaufssteigerung

Ganz allmählich komme ich zu der Ueberzeugung, dass die höchst originellen und eigenartigen deutschen Texte auf italienischen Ansichtskarten nichts sind als ein ganz raffinierter Verkaufsförderungstrick! Damit werden die Verkaufsziffern dieser meist sehr kitschigen und minderwertigen Ansichtskarten unglaublich gefördert. Die deutschen Uebersetzungen sind dermassen komisch, dass man diese Karten einfach kaufen muss, um die Daheimgebliebenen damit zu ergötzen. Natürlich unterstreicht man noch den deutschen Text, damit die Empfänger auch wissen, weshalb man ihnen diese scheusslichen Karten schickt. Auch ich habe von der Ligurischen Küste – ich, die ich sonst nie Karten schreibe – unzählige Karten in die Heimat geschickt, auch ich bin auf diesen billigen Werbetrick hereingefallen! Welcher ganz raffinierte Werbeonkel hat sich das wohl ausgedacht?

Wenn wir bei einem «Coiffeur-Salon für Damen und Herren» in

Italien darunter die deutsche Uebersetzung lesen: «Frisiersalon für Damen und Menschen» können wir nicht umhin, und müssen uns vergewissern, ob der Inhaber wirklich Deutsch spricht und wenn ja, wie. Auch hier fallen wir wieder auf einen raffinierten Reklametrick herein.

Auch Druckfehler haben es in sich. Ein offizieller Aufruf zum Sammeln für die «Erbebensgedigten» mit siebenundzwanzig Orthographiefehlern, zwingt uns einfach zum Lesen, das sind wir dem Pestalozzi in uns nun einmal schuldig. Ohne Fehler würden wir den Anschlag bestimmt gar nicht beachten.

Und wenn in einem Artikel über die Blumenarie von «Carmen» über den Sänger steht: «Wenn er sich am Schluss (Et j'étais une chose à toi) ins hohe hinaufsteigert, geschieht das in markantestem Forte», dann muss ich diesen letzten Satz der Blumenarie immer und immer wieder lesen und werde doch nicht klüger und komme nicht darauf, was das eigentlich heissen soll, trotz meiner Französischkenntnisse. Und der Artikel erweckt meine Aufmerksamkeit, nur wegen diesem unverständlichen französischen Satz.

Und weiter aus der Welt der Oper. Wenn in unserem Lokalblatt die Setzerin im Theaterplan aus «Die Entführung aus dem Serail» eine «Entführung aus dem Spital» macht, dann liest das das ganze Dorf und hat seine Freude daran, man verdient ausserdem noch ein paar Franken, wenn man diesen hübschen Druckfehler dem Nebi zum Abdruck einschickt, und plötzlich wird das kleine Lokalblatt in der grossen Presse zitiert, auch wenn es sich nur um einen Druckfehler handelt. Auch das eine Gratisreklame!

Wie gesagt, ich bin misstrauisch geworden und wittere nun überall verkappte Werbung. Hege

