

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 105 (1979)
Heft: 12

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

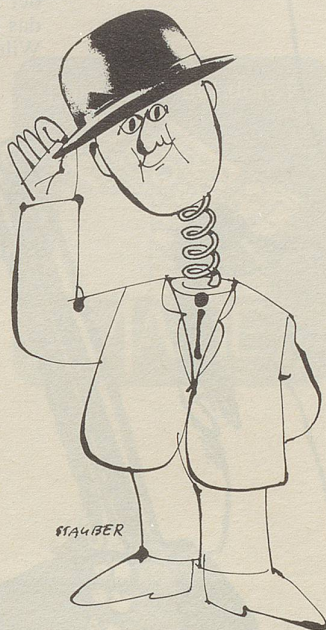
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Apropos Sport Wenn der Geist entweicht

Rund zwei Stunden rasen jeweils bei den Formel-1-Rennen dröhnende Boliden über die Rennstrecke. Von den tollkühnen Volant-Virtuosen gewinnen meist die, welche momentan vom ausgetüfteltsten technischen Wunderwerk umschlossen sind.

Wenn sich nach der Zieldurchfahrt der Sieger an den Boxen aus dem Schalensitz würgt und als lebende Litfasssäule breitbeinig zum Siegesritual schreitet, prasselt der Beifall der Massen wie Hagelkörner auf ein Blechdach. Und erst, wenn dem modernen Gladiatoren der unförmige läppische Riesenkranz, der einige Tage später auf irgendeiner Müllhalde modert, umgehängt wird und er aus einer überdimensionierten Champagnerflasche den eingesperrten Weingeist in die sich drängende Menge spritzt, dann toben und kreischen die Fans. Anscheinend finden die Menschen-Kinder dieses Tun besonders lustig und – Werbeleute attraktiv und daher interessant, haben doch die Autorennfahrer bereits eifrige

Nachahmer gefunden: Im Winter bespritzten einige Skiasse ihre Fans mit dem köstlichen Nass, und nach dem entscheidenden Sieg über La Chaux-de-Fonds verwechselten die neuen Landesmeister des Schlittschuh-Clubs Bern die Kabine mit der Dusche. Die überschäumende Freude vermischte sich mit dem über-



schäumenden Champagner, der in Strömen floss. Und – das Fernsehen war flaschennah dabei und strahlte die Szene in epischer Breite aus. Wollten die Verantwortlichen uns damit ein typisches Zeitdokument vor Augen führen? Oder war das ihr Beitrag zur Statistik, die uns kürzlich vor Augen führte, wie viele Jugendliche schon viel zu früh regelmässig Alkohol konsumieren?

Der Skiverband hat sich sofort eindeutig gegen diese dumme Nachäfferei der Gepflogenheiten beim Autorennsport gestellt. «Schon allein die Tatsache», so kommentierte Sportredaktor André Widmer aus der Bundesstadt, «dass sich die Aktiven – mehr oder weniger unbewusst – in ihrer Siegesfreude in die Werbekampagne einer Firma einspannen lassen, ist unfreundlich, und zudem ist es absolut unnötig, dass diese Unsitte, die den Formel-1-Rennen abgucken worden ist, wo der Reklamerummel erwiesenermassen am grössten ist, auch im Skirennsport Einzug hält. Wenn eine grosse Zürcher Zeitung schreibt, «eine Champagner-Feier gehört nun heute einmal zum grossen Sport», so zeugt das von einer recht sonderbaren Einstellung



zum Spitzen- und Leistungssport. Wem daran gelegen ist, dass der Skirennsport, der ohnehin schon recht eng mit der Industrie und der dazugehörigen Werbung verbunden ist, nicht ganz in den Bereich von Zirkus, Show und Business abgleitet, der wird jede Initiative begrüssen, mit der versucht wird, diese von finanzkräftigen Firmen inszenierte unwürdige und absolut unnötige Neuerung zu bekämpfen, denn gerade die Aktiven sollten alles Interesse daran haben, das ohnehin schon ramponierte Ansehen des Spitzensportes nicht noch mehr in Frage zu stellen.»

Mutige Worte. Bleibt nur zu hoffen, sie regen die Verantwortlichen ein klein wenig zum Nachdenken an, denn es scheint, als sei aus einigen Köpfen der sportliche Geist ebenso entwichen, wie aus den diversen Champagnerflaschen der Weingeist...
Speer



LÉMONSODA.

Da weiss man, was man trinkt: viel Saft von sonnengereiften Zitronen aus Sizilien. Mit Mineralwasser. Keine künstlichen Zusätze. Keine Konservierungsmittel, keine Farbstoffe.

Erhältlich in der 2-dl-Flasche und in der Literflasche.



Unifontes  Qualität

Lintas LS 1-79F