

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 112 (1986)
Heft: 48

Rubrik: Von Haus zu Haus

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: 15.05.2025

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

Briefkastengespräch (aufgezeichnet von S. Hablützel)

Liebe Briefkastentante an der Verunreinigten Klärschlammstrasse in Faulenduft

Ich möchte gerne für mich, meine Kinder, mein Enkelkind, meine Freunde und meine Nachbarn Gasmasken kaufen. Dieses Jahr, so dachte ich neulich, gibt's Einheitsgeschenke zu Weihnachten, damit ich mir eine von vielen Sorgen ersparen kann. Damals wusste ich noch nicht, wie einfach die Wahl sein würde. Fruchtekörbe wollten mir nicht so recht passen, weil man nie weiss, ob man damit seine Lieben vergiftet. Schreibpapier kommt auch nicht in Frage, da mein Enkel Alphabet ist. Zwar zerreisst, zerknittert und isst er gerne alle Arten von Papier, doch ich möchte ihn schon jetzt ein wenig umweltbewusst erziehen, so dass er den Ernst des Lebens mit seinen neun Monaten bereits kennenlernt.

Daher scheint mir die Gasmasken

für dieses Jahr der Hit zu sein. Nun aber meine Frage: Wo kann ich sie bekommen? Ich erwarte beste Qualität, verschiedene Grössen und Mengenrabatt. Vielen Dank im voraus

Deine Nichte am Quecksilberhain in Entsorgingen

Liebe Nichte am Quecksilberhain in Entsorgingen

Es freut mich, dass es noch Nichten gibt mit ausgesprochen praktischer Veranlagung. Was Deine Frage betrifft, ist es heute noch etwas schwierig, so viele Gasmasken auf einmal zu beziehen für Leute, die keinen Militärdienst leisten. Erst etwa im Jahr 2000 können Gasmaskenfabriken für die Zivilbevölkerung (falls es sie noch gibt) erstellt werden. Prototypen von hochentwickelten Präzisionsgeräten sind jedoch bereits vorhanden. Die Modelle der Masken sind von einer Ele-

gan, die verwöhnteste Mitbürgerinnen und Mitbürger befriedigen kann. In allen Farben werden sie einmal auf den Markt gelangen, so dass man sie auch als Schmuckstück tragen kann. Selbstverständlich sind auch Säuglingsmasken im zukünftigen Sortiment. Ein Giftalarm während des Geburtsvorganges wird somit keine Rolle mehr spielen. Eine Art von Filter-Überbrückungskabel wird neu in die Geschichte der Geburtshilfe eingehen. Der nahtlose Übergang in die fixierte Gasmasken, die mit Antirutschklammern ausgestattet ist, garantiert saubere Luft vom ersten Atemzug an. Deine späteren Enkel und Urenkel können davon profitieren.

Der einzige Nachteil besteht wie gesagt darin, dass Du Dich bis ins Jahr 2000 gedulden musst. Zum Trost sei Dir gesagt, dass die Zeit schnell vergeht. Bis dahin

schenke ohne Bedenken Fruchtekörbe. Ein toter Aal macht noch keinen vergifteten Apfel.

Es grüsst Dich

Deine Briefkastentante an der Verunreinigten Klärschlammstrasse in Faulenduft

GSTAAD
★★★★



1100 m. ü. M.

Zwei Fliegen auf einen Schlag:

**Gstaad my love
Alpina my love**

Das gepflegte Haus in bevorzugter, ruhiger Lage.

Leitung: E. u. M. Burri, Besitzerfamilie
Telefon 030/4 57 25 Telex 922270

Sinnliches Skifahren

Das Inserat sticht sofort in die Augen: «Kurs für sinnliches Skifahren.» Wie ist das wohl aufzufassen? Die angeregte Phantasie könnte da bedenklich nach unten rutschen. Wie dem auch sei, ich

Von Hedy Gerber-Schwarz

weiss nicht, was man sich unter «sinnlichem Skifahren» vorstellen soll. Auch die angeführte englische Bezeichnung «Inner Skiing» hilft mir nicht weiter. Das Inserat reizt zum Nachdenken, besonders wenn man gerade aus Langlauferien zurückkommt. Pistenraser, mit ihren Klumpfüssen und pastellfarbenen, eleganten Skianzügen und ihrer bebilderten Wochenkarte am linken Arm, sind bei diesem sinnlichen Skifahren wohl nicht angesprochen. Für das «Sinnliche» sind sie vermutlich erst am Abend zu haben. Auch die kleinen Knirpse, heuer fast alle ausschliesslich in der Modelfarbe Rosa gekleidet und selbstverständlich mit einem Sturzhelm ausgerüstet, sind nicht gemeint. Da wären noch die Langläufer. Als der Langlauf noch in seinen Anfängen lag, ging es da, wenn auch nicht sinnlich, so doch besinnlich zu. Jetzt ist es auch damit vorbei. Im enganliegenden, sexy Renndress überho-

len sie im Siitonenschritt die langsamen Skiwanderer. Sie trainieren wohl für den «Engadiner», der eigentlich auch ein eher sinnliches Skifahren bietet, mit sehr, sehr viel, wenn auch unerwünschter Körperrnähe, wie man das jeweils im Fernsehen beobachten kann.

Was die wohl in ihrem «sinnlichen Skikurs im Engadin» treiben?

Trotz Pistenraserei und Hektik auf Langlaufloipen, es gibt sie noch, die stillen, ruhigen Oasen, auch für Leute, die nicht mehr fähig sind, Skitouren zu unternehmen. Es gibt sie sogar oberhalb eines Kurortes wie Arosa, mit Langlaufski auf einer guten Loipe erreichbar. Da herrscht noch absolute Ruhe. Auch wenn an der Hütte ein Bierplakat hängt, Bier gibt es nicht, da hat noch kein Wirt eine Beiz eröffnet. Zwei Sitzbänke, kein Seilbahnlärm, nur Ruhe und eine unberührte, weisse Berglandschaft und einen blauen Himmel. Der «Sinnliche Skikurs» wandert in den Papierkorb.

Restaurant · Bar

Widder

Zürich 1 · Widdergasse 6
Zwischen Augustinergasse und Rennweg

**Erlesene Speisen Schöne Weine
Einzigartige Atmosphäre**

Geschäfts- und Familienanlässe
Reservierungen Tel. 01-21131 50

«Sehr geehrter Herr» ...

... schrieb vor unfassbaren Ewigkeiten ein berühmter Mann einem anderen, «darf ich mir erlauben, Sie um einige Augenblicke Ihrer kostbaren Zeit zu bitten.»

Von Marianne Ludwig

Ganz sicher war das keine Floskel oder blosses Höflichkeitsgerede. Der Schreibende gehörte zur gleichen Zunft wie der Briefempfänger und wusste so, dass ungebetene Briefe auch störend sein können. Der Briefanfang war Ausdruck gegenseitiger Achtung. Vielleicht sogar Beiseidenheit.

Findet sich die gleiche Anrede heute auf einem Brief, verheisst sie nicht Respekt, sondern warnt uns eher, misstrauisch zu sein. Der Absender will uns klüger machen, als wir sind, indem er uns für dumm hält. Das ist kein Widerspruch, komischerweise.

Hat uns doch gestern ein Brief erreicht, in dem über drei Seiten kostbarsten Papiers hinweg unsere Vorzüglichkeit in Person und Exklusivität an Geschmack gepriesen wurde. Deshalb gehörten gerade wir zur auserlesenen Zielgruppe, der ein Angebot unterbreitet wird, das in seiner ungewöhnlich edlen Schlichtheit nicht zu überbieten sei. Beinahe hätte sich das Gefühl des Herausgehobenseins aus dem Allgemeinen in exquisite Sphären unserer sim-

plen Köpfe bemächtigt. Doch hat, gottlob, unsere kostbare Zeit diesen degenerierten Übermut verhindert: Der Brief war zu lang und landete im Papierkorb.

Dieser Brief ist beileibe kein Einzelfall. Immer wieder liegen Briefe im Kasten, in denen auf gewaltigen Papiermengen «gerade Sie» zu einer Persönlichkeit stilisiert werden, der das werbende Angebot zu noch grösserer und noch umfassenderer Einmaligkeit verhilft, so man sich entschliesst, das Angebot anzunehmen.

Abschreckend ist allerdings, dass solche Briefe tausendfach verschickt werden. Das stört das Bild meiner Individualität.

Deutlicher war das Wort von der «aggressiven Werbung», gefallen in einer Samstagvormittag-Sendung im Radio, um den überlaufenden Wein vorrat in aufnahmebereite Kanäle fliessen zu sehen. Ich könnte mir für dieses Produkt eine sanftere Methode denken, eine, die zarter über die Lippen perlt. Aber bitte, bekanntlich heiligt der Zweck ja die Mittel.

Doch schliesslich sei mir die Frage erlaubt, wer oder was heutzutage eigentlich vermarktet wird, das Produkt oder der Mensch?