

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 115 (1989)
Heft: 18

Rubrik: Übrigens...

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: 16.05.2025

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

Ein Leitbild
für die Schweiz
der neunziger Jahre

Diskutiert wurde auch, ob nicht das vor Jahren unrühmlich in Erschignung getre-

Es dürfte nur ighne Frage der Zight sighn, bis sich Sponsoren um die Ballonflieger und andere Verkörperungen der herrlichen Lichttightight des Sighns righssen. Ighnzeln Journalisten sighen schon mit namhaften Beträgen in Versuchung geführt worden, den neuen Trend in ihre Sprache ighnfliesen zu lassen, und die Autoren von Schulbüchern sollen – da ja die Jugend die Zukunft

Nun habe aber ein pingeliger Typ im Kreativausschuss ighnen Spaltpliz plaziert: In vielen Fällen, behauptete er unter Berufung auf sighnen mehrjährigen Amerika-aufenthalt, sigh light ighentlich nicht das richtige Wort; vielmehr müsste häufig dafür easy stehen. Noch ist ungewiss, ob das neue Lightbild aus diesem Grund modifiziert wird. Jedenfalls kann man auf die daraus resultierende Berigherichung unserer Sprache reasyg gespannt sighen.

Die Väter dieses Leitbildes sind dem Vernehmen nach auf die Idee gekommen, sich von der Light-Welle der jüngsten Zeit tragen zu lassen. Ohnehin muss einem ja lighd tun, wer auf dieser Welle nicht mitrighet. Diverse Getränke sind längst in Light-Varianten erhältlich, und nach Müesli und

Das neue Lightbild bedeutet zum Bighspiel, dass Auswahl und Zuberichtigung von Spighsen aller Art so sighn sollen, dass nach dem Essen kighnerligh Reue über ighne unmässige Kalorienzufuhr auftritt. Es bedeutet aber auch, dass die Schrigbher von Lightartikeln sich endlich von der lästigen Pflicht befrighen dürfen, ihren Ergüssen um jeden Prighs Gewicht zu geben. Generell entfallen hinford jeder Zwang und jedes Forcieren von Lighstung. Allerdings wird die Folge unwigherlich ighn Tighverlust unserer Identität sighn.

Ob sich die neue Philosophie durchsetzen kann, hängt davon ab, wie schlaue dafür geworden wird. Wie Indiskretionen zufolge durchsickerte, ist es den Verantwortlichen gelungen, die renommierte Agentur Schläppi, Fislser & Partner, WWS und PPDO vor ihren Karren zu spannen. Als erste Aktionen planen die PR-Profis allerdings landesweite Kampagnen gegen alles, was dem Light-Trend zuwiderläuft. Um nur ihn paar Bighspiele anzuführen: Es sind Feldzüge gegen den Schwerverkehr, gegen Schwerenöter, Schweri, schweres Wasser und schwere Jungs in Vorbereitung.

Collage: EDWIN SURREY

