

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 115 (1989)
Heft: 32

Artikel: Es gibt auch eine Prospektsprache
Autor: Fahrensteiner, Franz / Urs [Studer, Frédéric]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-614152>

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>

Es gibt auch eine Prospektsprache

VON FRANZ FAHRENSTEINER

Viele Leute nehmen Prospekte zur Hand, ohne sich darüber Gedanken zu machen, was sie eigentlich gerade lesen. Nun gibt es aber – wie man auch durch Lektüre und persönliche Erfahrung feststellen kann – eine eigene Prospektsprache, die richtig zu interpretieren zuerst gelernt sein muss.

Eine bundesdeutsche Zeitschrift, die anscheinend genau weiss, worum es geht, hat sich jedenfalls die Mühe gemacht, jene Interpretationen, die für verschiedenartige Ankündigungen möglich sind, zu veröffentlichen. Was dabei herauskam, ist so überraschend auch wieder nicht.

Wird zum Beispiel in einem Reiseprospekt ein Ort als «aufstrebend» bezeichnet, so kann man sicher sein, dass es sich um eine Stadt handelt, in der viele Neubauten stehen, die häufig auch unfertig sind, ja wo es sogar möglich ist, mit einer mangelnden Infrastruktur konfrontiert zu werden.

Anders ist es hingegen bei einem als «Ort für junge Menschen» angekündigten Platz: Sicher ist hier mit einem Ort zu rechnen, in dem es Alkoholisierte aus aller Welt gibt, an dem wenig Ruhe herrscht und wo man sich

um seine Nachtruhe «keine» Sorgen zu machen braucht.

Spricht der Prospekt von einem «kurzen Transfer vom Flughafen», kann man sicher sein, dass mit Fluglärm gerechnet werden muss, und ein Hotel, das «in absolut ruhiger Lage» angepriesen wird, ist oft nichts anderes als das einzige Hotel weit und breit.

«Direkt am Meer» heisst nun keinesfalls, dass man vom Zimmer ins Meer springen kann, sondern deutet vielmehr auf ein Haus an einer Steilküste oder gar in einem Hafen hin. Die «verkehrsgünstige Lage» ist auch nur für jene Urlauber interessant, die in einem «Stadthotel» wohnen wollen und denen Strassenlärm nicht viel ausmacht. Noch ärger wird es, wenn man sich auf die Angabe «zur Meeresseite hin» verlässt, denn hier ist es ohne weiteres möglich, dass eventuell andere Bauten den Blick aufs offene Meer versperren.

Was den «Naturstrand» anbelangt, ist dies so zu interpretieren: Es handelt sich sehr oft um einen ungepflegten, da sehr selten gereinigten Strand, und was die so oft gewünschte «familiäre Atmosphäre» des Hotels betrifft, erlebt man meist auch so seine Wunder: Kinder jagen über Treppen und

durch Korridore, wo sie Verstecken spielen, weil sie das mit dem «spielfreudigen Haus» wörtlich nehmen.

Einen «unaufdringlichen Service» bieten jene Hotels, bei denen es die Kellner beim Servieren nicht sehr eilig haben, und wo von einem «neueröffneten Hotel» die Rede ist, muss man sich auf noch nicht eingespieltes Personal gefasst machen.

Zimmer «im Landstil» sind oft kahl und nüchtern, meist ohne Komfort, als «sauber und zweckmässig» werden sie beschrieben, wenn sie bar jeden Komforts mit quiet-schenden Holzbetten eingerichtet sind. Und was ein beheizbarer Swimmingpool ist, stellt sich meist erst dann heraus, wenn überhaupt Wasser eingelassen wurde.

Grund genug also, Prospekte mit anderen Augen – und vor allem zwischen den Zeilen – zu lesen.

LUFTSEILBAHN
Chäserrugg
UNTERWASSER
Ein Erlebnis täglich bis 5. November!



FRÉDÉRIC - URS - STUDER