

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 118 (1992)
Heft: 4

Artikel: Gemeinsamkeit
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-599082>

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: 30.04.2025

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

News-Stafette der Milkies

VON ERWIN A. SAUTTER

Die Wege der Public Relations sind nicht immer verschlungen genug, um schliesslich als Werbung enttarnt zu werden. So erweist sich die Kunst des Nacherzählens mitunter als von keinem Netz gesicherter Tanz auf dem hohen Seil. Je weiter die Quelle einer Geschichte entfernt liegt, desto bunter – weil fröhlich angereichert durch die Erzähler – wird die Begebenheit.

Zugetragen hat sich die für den Leser aufschlussreiche, aber nicht weniger amüsante News-Stafette zwischen Gstadt-Gollenshausen am idyllischen Chiemsee (D), St.Moritz und Bern.

Am 20. Oktober 1991 ging aus der Küche von Ermano und Marietta Höpner als Herausgeber des Deutschen Fremdenverkehrs-Pressedienstes mit Sitz an der Chiemseestrasse 22 die Reiseglosse «Da schau her: die Milkies», gezeichnet mit «ehö» an die *touristpress*-Abonnenten. Vorkenntnis vom Milkie-Mailing an die Medien hatte auch Dr. Hanspeter Danuser, der Kurdirektor von St.Moritz im Oberengadin. «Wir stehen voll zu diesem neuen Trend: Mehr sein als scheinen», so gestand der Bündner Tourismusmanager – weil «selbst ein Milkie oder nahe dran» – gegenüber Artikelverfasser Ermano Höpner. Nicht genug: Danuser übernahm kurzerhand und wohl in freundlicher Übereinstimmung mit dem Deut-

schen Fremdenverkehrs-Pressedienst *touristpress* die Höpner'sche Reiseglosse in den Mediendienst der Engadiner Fremdenverkehrskapitale – oft als *der* Nobelkurort der Schweiz gehandelt.

Das PR-Echo blieb nicht aus. Am 28. Dezember erscheint tatsächlich im *Berner Bund* unter dem Titel «Menties und Milkies sind in» ein Artikel aus dem Abonnement der Schweizerischen Depeschenagentur (sda). Was vor zwei Monaten erst eine Reiseglosse des Journalisten Höpner am Chiemsee war, hatte sich auf dem Umweg über den Engadiner Bäderort zur faustdicken Tatsachenmeldung gemausert: Die Deutsche Tourismus-Presse hat St.Moritz zum «Zentrum der Milkies» erklärt. Aus dem vorweihnachtlichen Gag, geboren am Chiemsee, ausgetragen von der St.Moritzer PR-Stelle, war eine Erklärung der Deutschen Tourismus-Presse geworden. Dabei

wollen doch die Milkies angeblich mehr sein als scheinen: «Sie verstecken die Rolex, fahren Mittelklasse, meiden die «First» der Airlines, auch wenn sie sich selber einen Jumbo kaufen könnten, und huschen durch den Hintereingang ins Grandhotel.» (Original *touristpress* vom 20. Oktober 1991)

Doch: Wie soll sich ein Trend entwickeln, wenn er keine Öffentlichkeit findet? Man macht sich ans Erzählen und Nacherzählen, bis keiner mehr so richtig weiss, wer wann und wo etwas in die Welt gesetzt hat. Gag hin oder her.

Gemeinsamkeit

Was hat ein Gerücht mit dem Winter gemeinsam? Na, es muss fleissig gestreut werden! *wr*

Der letzte Weihnachtstip:

Wohin mit dem Christbaum?

Wenn der Januar-Ausverkauf überstanden ist, wenn in den Schaufenstern bald die ersten Osterhasen zu entdecken sind, dann – ja, dann wäre es vielleicht an der Zeit, langsam an die *Entsorgung des Christbaums* zu denken – ohne alle die anfangs Jahr gefassten guten Umweltschutz-Vorsätze zu vergessen.

Ich weiss, wenn man nun beim Anblick dieses latenten Zimmerbrandherds mit seinen paar restlichen bräunlichen Nadeln dran denkt, was er noch vor wenigen Wochen gekostet hat! Das Drama damals, ihn im vorweihnächtlichen Gedränge nach Hause und – von den Kleinen unbemerkt – auf den Balkon zu bringen! Und jetzt noch das Problem: Wohin damit?

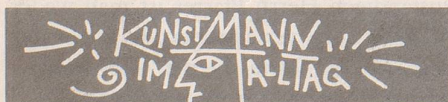
Vor der gleichen Frage stand vor Jahren schon mein Kollege Walter. Gern gebe ich seine Idee hier weiter, denn es handelt sich

hier um eine Entsorgung mit Pfiff, bitte Sie aber inständig, ein gewisses kleines Detail nicht zu vergessen.

Walters Problem war eben, wie er seinen verdorrenden Weihnachtsbaum aus dem dritten Stock zum Abfallcontainer vor dem Block bringen konnte, ohne im Treppenhaus eine Nadelspur zu hinterlassen, die den pingeligen Hauswart wieder einmal die Wände raufgehen liesse.

Pfiffig wie Walter nun einmal ist, wartete er erst einmal die Dunkelheit ab. Dann liess er den ausgedienten Christbaum vom Balkon auf den Vorplatz runtersausen. Ein lautes Klirren in der kalten Winternacht erinnerte ihn dann ganz plötzlich daran, dass er ihn abzunehmen vergessen hatte – den gläsernen Christbaumständer.

Hans H. Schnetzler



Ein Vergleich

Den meisten Leuten ergehe es so, erzählt Kunstmann, wie jenem Mann, der während Jahren leidenschaftlich die Vögel durch das kleine, vergitterte Fenster seiner Zelle beobachtete – und der nach seiner Entlassung aus dem Gefängnis die Vögel so wenig beachtete wie vor seinem Strafantritt. *Steno Graf*