

Wäre das vielleicht was für Sie? : Der eidg. dipl. Charismatiker

Autor(en): **Schäfli, Roland**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **139 (2013)**

Heft 11

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-946115>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Wäre das vielleicht was für Sie?

Der eidg. dipl. Charismatiker

Das Bundesamt für Bildungswesen nimmt den Charismatiker als offizielle Bezeichnung ins Berufsregister auf. Der Titel des eidg. geprüften Charismatikers ist geschützt. Der Schweizer Arbeitsmarkt wird mit Personen mit einem Leistungsausweis in Charisma geflutet. Da allein ihr charismatisches Foto die Personalchefs überzeugt, lassen die meisten den umständlichen Rest einer Bewerbung gleich weg. Gewerkschaften beklagen, dass Charismatiker aus dem Süden der EU den wenigen Charismatikern der Schweiz die Stellen wegnehmen. Der Arbeitgeberverband hingegen verweist erneut auf die Bedeutung der Personenfreizügigkeit, da sich in der Schweiz schlicht zu wenig hoch qualifizierte Charismatiker finden. Der «Nebi» listet die Berufsgruppen, in denen sich bereits neue Profile herausbilden.

1

Der Automecharismatiker

Bevorzugte Orte: In Autogaragen. Könnte eigentlich keinen Velopneu reparieren, kann dem Kunden durch sein charismatisches Auftreten jedoch glaubhaft versichern, der ans kaputte Auto angeschlossene Computer sei in seiner Problemanalyse fehlerfrei. Deshalb man, obwohl man nur schnell Winterreifen wechseln wollte, gleich den Rundum-Service in Auftrag gibt.

Besondere Kennzeichen: Reibt sich permanent die Hände mit einem ölverschmierten Lappen ab, obwohl er gar nicht mehr mit dem Motor in Berührung kommt. Soll verdecken, dass er sich vor Freude die Hände reibt.

Bekannte Beispiele: Ueli Maurer. Hat den Auftrag, etwas zu verkleinern und vergrössert dies stattdessen. Erklärt, etwas Kleines sei kaputt, doch wird dabei die Rechnung ständig höher. Verkauft erfolgreich den Wechsel eines Keilriemens als Getriebeschaden.



2

Die Kosmetikarismatikerin

Bevorzugte Orte: Überall, wo etwas beschönt werden muss Die Kosmetikarismatikerin, früher vor allem in Beauty-Salons anstellend, ist immer öfter in Marketingabteilungen anzutreffen, wo sie Schönheitsfehler des Unternehmens korrigiert und unschöne Entgleisungen öffentlich begründet. Sie redet Hässliches schön, und dank ihres Charismas sind Konsumenten und Medien geneigt, ihr dies abzukaufen. Zeigt man ihr ein halb volles/halb leeres Glas, behauptet sie, das Glas sei randvoll.

Besondere Kennzeichen: Wer Hässliches schönreden will, muss selbst den Kriterien von Schönheit entsprechen. Es gibt keine hässlichen Kosmetikarismatiker.

Bekannte Beispiele: Doris Leuthard. Stets sympathisch und gut aufgelegt, gibt sie den äusseren Anschein von Kompromissbereitschaft. Verteilt Pflasterchen in der Verkehrspolitik und strahlt Optimismus zur Energiewende aus. Ihr einnehmendes Lächeln ist ein Studienziel in Kosmetikarismatiker-Lehrgängen.



3

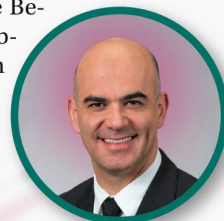
Der Inforismatiker

Bevorzugte Orte: In allen Betrieben mit IT-Abteilung. Ganz egal, wie simpel die Frage ist, die der einfache User ihm stellt: Der Inforismatiker antwortet mit minutenlangem Redeschwall des IT-Sprachschatzes, den sämtliche UNO-Dolmetscher auf einmal nicht simultan übersetzen könnten. Seine technische Überlegenheit zeigt er durch ein charismatisches Lächeln, das dem Fragesteller signalisiert, dass er eine dumme Frage gestellt hat. Der Inforis-

matiker ist so charismatisch, dass die Ursachen von Problemen nie auf ihn zurückzuführen sind, sondern stets ein Fehler im System oder ein «typisches Mac-Problem» ist.

Besondere Kennzeichen: Obwohl er der Meistverdienende im Betrieb ist, trägt er abgerissene Klamotten, die schon aus der Mode waren, als er sie der Texaid-Kleidersammlung gestiftet hat, nur hat er dann später seine eigenen Kleider in einem Secondhand-Laden als Retro-Original zurückgekauft.

Bekannte Beispiele: Alain Berset gilt als Idol vieler Inforismatiker. Die komplexe Krankenkassenpolitik, für den einfachen User längst nicht mehr zu durchschauen, weist einen Systemfehler auf. Als Inforismatiker plant Berset nicht die Behebung des Problems, sondern den Umbau der gesamten IT. Mit geringen Mehrkosten.



4

Der eidg. diplomierte Betriebspraktikarismatiker

Bevorzugte Orte: Überall, wo im Betrieb was geflickt werden muss. Während früher ein Hauswart noch selbst die Ärmel hochkrempelte und ins verstopfte Klo griff, versteht der charismatische Betriebspraktikarismatiker so wenig von Haustechnik wie ein Walliser vom Wolfschutz. Stattdessen versteht er es, die Arbeit an externe Reparaturfirmen zu delegieren. Wenn er tatsächlich mal persönlich einen tropfenden Wasserhahn zudreht, kommt das einem Raketen-Start der NASA gleich.

Besondere Kennzeichen: Hat Overall, an dem man früher den Hausabwart erkannte, mit einem Blaumann von Hugo Boss getauscht, der an Mieterversammlungen sein Charisma unterstreicht.





ROLAND SCHÄFLI

Bekannte Beispiele:

Johann Schneider-Ammann (besitzt den Bachelor in Betriebspraktikarismus). Wenn in der Schweizer Wirtschaft das Klo überläuft, ist er dein Mann. Charismatisch, wortgewaltig und vor allem zeitaufwendig umschreibt er das Problem, setzt Expertengruppen ein, unterzeichnet Freihandelsabkommen in China. Währenddessen läuft zwar das Klo weiter über, aber wenigstens hat er nicht selbst hineingegriffen.

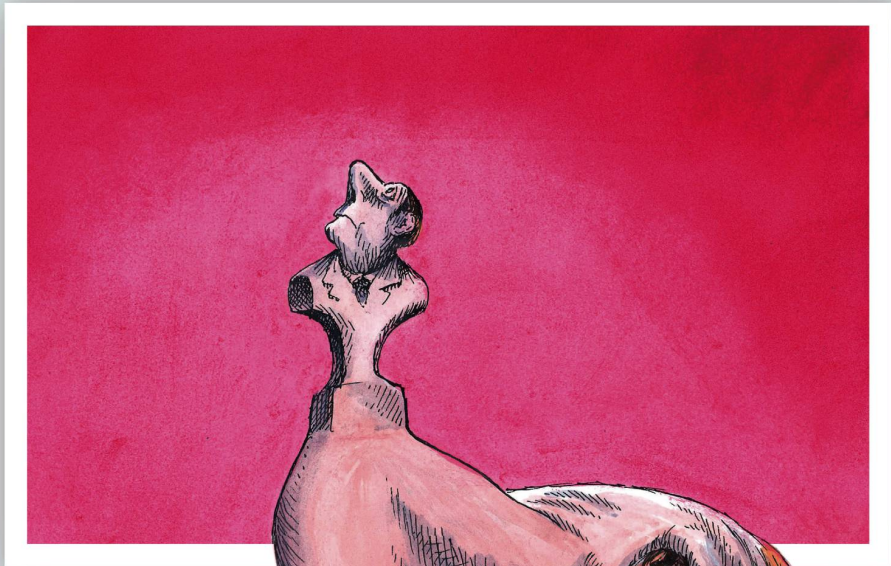
5

Der Allergikarismatiker

Bevorzugte Orte: Schweizer Finanzinstitute. Im Allergikarismatiker verbinden sich natürliches Charisma mit natürlichen Allergien. Er bestätigt er sich auf dem kränkelnden Finanzplatz. Wenn die US-Steuerfahnder husten, kriegt er die Grippe. Wird ein Abkommen zum automatischen Datenaustausch unterzeichnet, ist er automatisch verschnupft. Heikle Nachfragen von Aktionären lösen Hautreizungen und gereizte Antworten aus. Hat selbst Geld wie Heu, was seinem Heuschnupfen nicht zuträglich ist.

Besondere Kennzeichen: Obwohl er eigentlich aus der Haut fahren müsste, weil es überall juckt, wirkt er dank seines Charismas, als wäre er durch nichts aus der Ruhe zu bringen. Zu erkennen ist der Allergikarismatiker lediglich an der allergischen Reaktion, dass er sich am Kopf kratzen muss, wenn die Rede auf das Bankgeheimnis kommt.

Bekannte Beispiele: Sergio Ermotti, CEO der UBS. Reagiert empfindlich auf Fragen zum Imageschaden. Hat eine Immunität gegen beissende Ratschläge entwickelt, nicht mehr die Kurse zu manipulieren. An seinem Charisma tropfen Vorwürfe der Finanzmarktaufsicht nur so ab.



CARTOONS: VLADIMIR KAZANEVSKY

