

# Lupe

Autor(en): **Baur, Peter**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa**

Band (Jahr): **96 (1989)**

Heft 1

PDF erstellt am: **22.07.2024**

## **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.

# Lupe

## Individuell

«Peter Baur (Wir versichern ihn. Individuell).» In grossen Buchstaben stand ich diesem Text gegenüber, als ich einen überdimensionierten Briefumschlag öffnete. Ein früherer Gemeinderatskollege hatte das Plakätchen in der Engelberger-Bahn entdeckt, abgehängt und mir geschickt. Eigenartig die Wirkung, wenn man unerwartet mit seinem Namen konfrontiert wird. Und erst noch unbegründet. Das im übrigen fantasielos gestaltete Plakat wirbt für Risiko-Lebensversicherungen bei einer Gesellschaft, mit der ich nie etwas zu tun hatte. Später habe ich vernommen, dass mein Name auch auf Plakatwänden erschien, und die gleiche Werbung ist auch in Zeitungsinserten und mit anderen Namen anzutreffen. Die Firma ist bekannt als Kollektivversicherer. Mit dem Betonen des Individuellen will sie sich auch Einzelpersonen als Geschäftspartner vorstellen. Der Trick mit dem grossgeschriebenen Namen, selbst wenn es ein zufällig gewählter ist, eignet sich gut für die Werbung. Er fällt auf, weckt die Neugier. Vielleicht wirkt ein fremder Name sogar noch besser als der eigene. Denn die Flut von adressierten Computerbriefen, auf denen uns in jeder zehnten Zeile unser fettgedruckter Name entgegenstarrt, hat uns für solche anbiedernde Werbung immun gemacht.

Und doch, Namen sind wichtig. Mein Name gehört zu mir, auch wenn ich ihn mit anderen Menschen teile. Nach Dale Carnegie ist er das schönste und bedeutungsvollste Wort in meinem Sprachschatz. Unzählige Male habe ich ihn gehört, gelesen, geschrieben und ausgesprochen. Wer mich mit meinem Namen anspricht, meint mich persönlich. Und wenn ich meinen Namen unter ein Schriftstück setze, bringe ich damit zum Ausdruck, dass ich zum Geschriebenen stehe.

Während der letzten sechs Jahre habe ich für die «mittex» unter dem Pseudonym «Observator» geschrieben. Nicht, weil ich nicht zu meinen Beobachtungen und Überlegungen hätte stehen wollen. Der Deckname gab mir gewisse Narrenfreiheit. Ich konnte meinen privaten Gedanken nachgehen, ohne vorsichtig abwägen zu müssen, ob sie vielleicht meinen Arbeitgeber, einen angesehenen Verband, in Verlegenheit bringen könnten. Vielleicht hätten sie es nie getan. Aber wesentlich an der Freiheit ist ja, dass man sich frei fühlt. Inzwischen habe ich einen anderen Arbeitgeber. Es bleibt darum kein Anlass mehr, mich zu tarnen. Ich kann Sie persönlich, mit meinem Namen grüssen. So persönlich, wie dies über eine Zeitschrift möglich ist.

Peter Baur