

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 77 (1951)
Heft: 17

Werbung

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.03.2026

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

PHILIUS KOMMENTIERT

Daß sich die Gegner bei Wahlkämpfen nicht immer mit Glacéhandschuhen anfassen, weiß man, und das Publikum selber ist auch in dieser Hinsicht nicht besonders verwöhnt. Aber bei jedem Wahlkampf kann man beobachten, wie einzelne Parteien die ungeschriebene Parole herausgegeben haben, eher beim Prinzipiellen als beim Persönlichen zu bleiben. Man zögert vor dem Herabsteigen in die persönliche Ebene. Es darf gesagt werden, daß eine solche Partei, die vom Gegner nicht die Wäsche unters Sonnenlicht legen will, zum vornherein ein Opfer bringt; sie verzichtet auf ein Kampfmittel, das sich leider bei einer gewissen Masse als sehr wirkungsvoll erwiesen hat. Wenn man von einem Kandidaten sagt, er sei nicht im Besitze des sozialen Vollgefühls, dann schadet das dem Manne weniger, als wenn man etwa von ihm sagt, er habe einen Lehrling in seinem Geschäft geohrfeigt. Ob es eine Ohrfeige aus Brutalität, aus Nervosität oder sogar eine Ohrfeige mit halb scherzhaftem Unterton gewesen ist, diese Ohrfeige schwillt vor der Öffentlichkeit zur großen Menschenquälerei an, und der Mann ist ein für allemal abgestempelt als ein Menschenschinder, auch wenn er zeit seines Lebens ein Ausbund an Menschenfreundlichkeit gewesen ist. Es gibt gewisse Dinge, die, einmal ins Rampenlicht der grausamen Öffentlichkeit gezerrt, ihren Mann erledigen, während andere mit größeren Untugenden, so man diese verstecken und der Öffentlichkeit vorenthalten kann, mühelos ihre Karriere machen. Das frivole Spiel mit der Privatwäsche gefällt vor allem den Demagogen. Manchmal lassen diese auch nur zwischen den Zeilen und gleichsam nebenbei einen solchen Hinweis auf den einmaligen und für den Angegriffenen gar nicht charakteristischen faux-pas fallen. Und siehe, das wirkt auf das liebe Publikum immer.

Man möchte es fast als Tragik bezeichnen, daß Wahlmethoden, die sich von solchen persönlichen Verunglimpfungen und privaten Indiskretionen fernhalten, beim Publikum sehr oft nicht Staat zu machen vermögen. Gewiß, es gibt weite Kreise, die sehr wohl zwischen appetitlichen und unappetitlichen

Wahlmethoden zu unterscheiden wissen und es einer Partei oder einer Zeitung danken, wenn sie aus prinzipiellen Gründen die Ebene des privaten Tratsches meidet ... aber es gibt wieder andere Volkskreise, bei denen eine mehr das Prinzipielle umspielende Wahlpropaganda nicht einschlägt, weil sie ganz einfach an kräftige Kost gewöhnt sind und auf kräftige Kost gerne hereinfallen wollen. Sehr oft hat man anständige Wahlpropaganda für wirkungslos und lau bezeichnet, während man unanständige Anrempelungen für gerissen fand und in ihnen das Kennzeichen einer «frischen, anpackenden Partei» erkennen wollte. So wie es Leute gibt, die hinter einem maßvollen Menschen eine lahme Trauerweide und hinter einem martialisch fluchenden eine gesunde Natur zu wittern glauben.

Was bleibt zu tun? Die anständige Wahlpropaganda macht sich immer bezahlt, und wär' es auch erst später. Und schließlich lebt die Kultur eines Staates von jener Kraft, mit der eine Partei es sich versagt, das Ordinäre zu praktizieren ... auch wenn es ihr im Augenblick zum Vorteil gereichte.

* * *

Bei den Büchern ist es anders als bei den Menschen: die Dicken genießen mehr Renommee. Man kauft dicke Bücher; man wiegt ein Buch, ehe man es kauft, in der Hand. Will man einem Mitmenschen eine Freude machen, soll er doch ein Buch empfangen, das sein Gewicht hat und «nach etwas aussieht», wie der Volksmund sagt. Es gibt nun Verleger, die tatsächlich auf den Trick gekommen sind, wie man auch aus dünnern Manuskripten dicke Bücher macht: man verwendet ein dickes Papier ... Neuerdings wird ein Papier in der Dicke und der unangenehmen Schwammigkeit eines Fließblattpapiers hergestellt, das die Fachbezeichnung «Romandruck» trägt, oder dergleichen. Solche Bücher sehen sehr widerlich aus, sie haben das Aufgeblähte und Aufgeblasene von in Massen produzierten Bestsellern. Und wenn nun wirklich der Autor sich nicht nach dem Umfang gerichtet und «zu wenig geschrieben» hat, läßt man den Satzspiegel zusammenschmelzen, bringt

auf die Seite nur noch ein geringes Zeilenquantum, fängt jedes neue Kapitel in der Mitte der Seite an und schließt jedes Kapitel oben über einem leeren Raum. Ich lege hier meinen Finger keineswegs auf irgend eine Ausnahme, sondern auf ein grassierendes Mätzchen gewisser Verleger. Ich fordere die verehrten Buchkäufer auf, in Buchhandlungen einmal die Probe aufs Exempel zu machen. Sie werden verwundert sein, zu entdecken, daß in den dünnern Büchern verantwortungsvoller Verleger auf 100 Seiten mehr Text zu finden ist, als auf 150 Seiten jener gerissenen Verleger, die mit Tricks arbeiten.

* * *

Das Folgende sei ganz nebenbei gesagt, und zwar als eine Nebensache, aber auch Nebensachen haben einen Hauch von Wichtigkeit. Es gibt Polizeibulletins, die von den Polizeinstanzen an die Presse gesandt werden und in denen sich immer wieder der Ausdruck wiederholt: «Eine Frauensperson». «Eine Frauensperson hat einen Mann bestohlen.» -- «Eine Frauensperson verwickelte einen Wirtshausbesucher in einen Streit», und so weiter. Nicht wahr, wir wollen den Ausdruck «Frauensperson» zu tilgen suchen, auch aus Bulletins, in denen es über gewisse Frauen nichts Rühmliches zu melden gibt. In diesem Wort liegt so etwas wie eine berufsbedingte Verachtung von Frauen, die sich gegen die Gesetze vergingen. Man stempelt diese Frauen ab. Man bringt sie gleichsam in den Pferch eines übleh Wortes. Mit «Frauensperson» wird ausgesagt: Diese Frau verdient den Namen Frau nicht mehr.

Und nicht wahr, jede Frau verdient den Namen Frau, auch die Gefallene. Das Plump-Wegwerfende dieses Wortes riecht nach Biertischmoral. Das Wort Mannsperson, das auch einmal in solchen Bulletins grassiert hat, ist verschwunden. Auch das Wort Frauensperson sei für allemal gestrichen.

Ein Gotthelf-Wort

Wen das eigene Licht blendet, sieht sich immer im Licht, andere im Schatten.



Elwert's Hotel Central
ZÜRICH
an der Bahnhofbrücke
Central, die Weinel
jedem das Selne!



SANDEMAN
(REGISTERED TRADE MARK)
Die edelste Frucht?
Die Weintraube!
Der vollendete Porto?
SANDEMAN
SANDEMAN Berger & Co., Langnau/Bern

QUALITÄTS-UHREN



Fortis
Im guten Uhrengeschäft erhältlich