

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 86 (1960)
Heft: 33

Artikel: Die gute alte Zeit
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-499699>

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: 10.01.2026

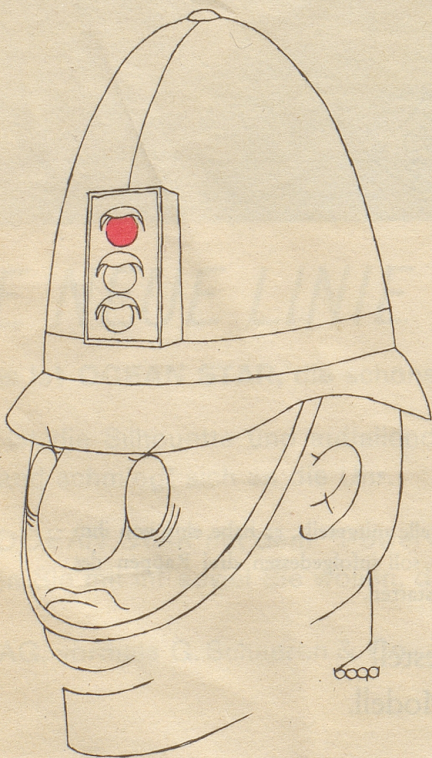
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Selbstgespräch auf dem Sprungbrett

Eiei! – Was zögerst du noch lange? –
Du zitterst ja! – Wieso? – Nur Mut!
Entscheide dich! Bleib bei der Stange,
das heisst: Spring endlich in die Flut!
Siehst du denn nicht, wie alle schauen,
ob du den Salto wohl riskierst,
und wie du sichtlich bei den Frauen
dein Renommee als Mann verlierst,
wenn du nicht wagst, was sie erwarten?
Tu doch, was man von dir verlangt –
ja, jetzt erst recht, da dir beim Starten
vor deiner eignen Kühnheit bangt! –
Gib's auf, dich selber aufzugeben;
denn vivere pericolosamente
heisst: gefährlich leben! –
Du hast's gewollt. Nun handle so!
Setz nochmals an! Dann aber munter –
die Augen zu und Kopf voran –
ins feuchte Element hinunter!
Nimm dich zusammen! Sei ein Mann! – – –

Schon manchem, der vom Sprungbrett sprang,
war's flau zumut und angst und bang.
Uns aber sagt man hinterher:
«Ah bah! Ein Kinderspiel – nicht mehr!»

Fridolin Tschudi



Der vollkommene Polizist

Metzgermeister Wurschter und die Werbung

Frau Doktor Schläuli kommt in die Metzgerei, wo Meister Sebastian Wurschter selber an der Fleischbank steht.

«Ist das alles für heute, Frau Doktor? – Danke. Die Kotelettes machen 12.80, der Speck 8.20, das macht exakt 21 Franken, wenn Sie so gut sein wollen ... Wie meinen Sie? Teuer? ... Ja, ich habe mich eben den modernen Geschäftsprinzipien angepaßt. Sie hätten halt die Kotelettenknochen vom letzten Mal mitbringen sollen, dann hätte ich Ihnen heute das Stück um 50 Rappen billiger abgeben können; und wenn Sie mir die Rinde vom Speck mitgebracht hätten, den Sie letzte Woche ... Nein, Frau Doktor, ich habe mit meinen Preisen nicht aufgeschlagen, ich habe mich nur modernisiert. Sehen Sie, das ist so: Wenn Sie bei mir zum zweiten oder dritten Mal Koteletten kaufen, so gebe ich sie eben billiger ab. Mit dem Speck ist es genau gleich, ich verlange nur beim erstenmal den vollen Preis. Und wenn Sie mir die Hölzchen von früher gekauften Schübligen zurück ... Aber, Frau Doktor! Wie können Sie ein Wort wie «Schwindel» in den Mund nehmen! Ich habe Ihnen doch schon gesagt ... Von wem ich diese hirnverbrannte Idee habe? Erstens ist es keine hirnverbrannte Idee, sondern eine absolut seriöse, hochmoderne Werbemethode, mit der man seine Kunden bei der Stange hält, und zweitens ... Lassen Sie mich doch bitte ausreden, Frau Doktor! Und zweitens habe ich die fabelhafte, moderne Werbeidee von Ihrem Herrn Gemahl ... Ja, genau wie ich sage: Vom Herrn Doktor Schläuli, dem Werbefachmann der Waschmittelfirma Kolossal. Kolossal wäscht kolossal weiß – Sie kennen doch gewiß den Slogan? Den hat ja auch Ihr Mann, der Herr Doktor erfunden. Und nun habe ich seine herrliche Idee übernommen. Auf jedem Paket Kolossal-Waschpulver ist doch jetzt ein Gutschein von einem halben Franken aufgedruckt, den man einlösen kann, wenn man in der nächsten Woche ein neues Paket ... Wie meinen Sie? Ein Unterschied? Ja, das schon ... Klar, ich betreibe ein seriöses Geschäft, aber wenn die Reklameleute behaupten, die moderne Werbung ... Also, bitte verwenden Sie das Wort «Gimpelfang» nicht noch einmal, Frau Doktor, ich müßte sonst ... Bitte, sagen Sie das Ihrem Herrn Gemahl, nicht mir, denn wie gesagt ... Nicht einmal Adiö hat sie gesagt! Das ist doch der Gipfel! Ich glaube, der Herr Doktor hat

seiner Frau seine herrliche Werbeidee nicht vorgetragen, bevor er die Kolossal dazu überschwatzt, sonst ...»
AbisZ



Aether-Blüten

In der Sendereihe «Der häusliche Drill» aus dem Studio Zürich ertauscht:

«Nach em Nachtässe sind di meischte Manne so ruehig wien en wohlerzogene Goldfisch!»

Ohohr

Konsequenztraining

Das ist doch drollig: Jeder von uns sträubt sich mehr oder weniger intensiv gegen das Aelterwerden – wenn aber irgendwo eine Scherbe oder Urkunde ausgegraben wird, mit der sich beweisen läßt, daß eine Siedlung oder Institution steinalt oder noch älter ist, dann wird um dieses Alter herum sogleich ein großes Fest gefeiert ...
Boris

Die gute alte Zeit

Früher reiste man in 80 Tagen um die Welt und benötigte drei Tage für die Paßformalitäten. Heute ist es umgekehrt.
-om-

Russischer Mais

Chruschtschow gab den Oesterreichern den Rat, ihren Mais nach russischer Methode zu pflanzen, da der Ertrag dann zehnmal so hoch sei.

Niemand zweifelt daran, daß die Russen im Maismachen allen andern Nationen weit überlegen sind.
fis

Was noch zu erfinden wäre ...



Die Behörde, die den Mut aufbringt, etwas Positives gegen Druck und Einfuhr von Schundliteratur zu unternehmen.

*

Das Stimmbürger-Gewissen, welches an Abstimmungstagen keine Ruhe findet, bis der Stimmzettel in der Urne liegt.

Vorschlag von SN, Zofingen