Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 91 (1965)
Heft: 4

Illustration: Selbsthilfe
Autor: [s.n.]

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: 11.12.2025

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

Yeah-yeah am Taufstein?

Die Kirchen haben – erst in Deutschland, seit einiger Zeit auch bei uns – den Jazz entdeckt. Nicht die Musik als solche, sondern als Lockmittel. Man hat entdeckt, daß Kirchenbänke sich mit jungen Menschen eher füllen, wenn Gottesdienste mit Jazz untermalt werden. Keine Frage: Die Bänke füllen sich! Eine Frage aber: Heiligt der Zweck die Mittel? Muß nicht die Ernsthaftigkeit des kirchlichen Anliegens in Frage gestellt werden, wenn die Kirchen sich jener Mittel bedienen, die der Marktschreier auch verwendet?

Man kann nun zwar sagen, echter Jazz sei wahre Kunst, Kunst also wie etwa auch die Werke Bachs oder Händels, die in den Kirchen längst ihren Platz haben. Aber es soll doch nicht verschwiegen werden, daß jener *echte* Jazz, der Kunst *ist*, nur von einem ganz geringen Kreis geschätzt wird. Mit diesem Kreis lassen sich keine Kirchen füllen. In die Kirchen kann die Kirche erfolgreich nur locken mit jener Musik, die zwar weitherum Jazz genannt wird, aber eben *kein* Jazz ist, sondern jazzartige Unterhaltungsmusik. Ich bin durchaus der Meinung, daß kirchliche Kreise sich mit dem Jazz auseinandersetzen sollen, nicht aber, daß sie sich des Jazzes bedienen als Lockvogel und im Gottesdienst.

Echter Jazz heißt auch Improvisation. Der Jazzmusiker legt in seine improvisierte Musik *seine* Persönlichkeit, seine augenblickliche Gemütslage, seine Wünsche und Hoffnungen. Das wird in den wenigsten Fällen eine Lobpreisung Gottes oder ein Gebet sein. Deshalb gehört Jazz meinetwegen in ein Kirchgemeindehaus, nicht aber in ein Gotteshaus. Nicht weil ich Jazz nicht schätze, sondern *weil* ich ihn schätze.

Wie rasch die Grenzen verwischt werden zeigt sich auch an der steigenden Zahl schlagersingender Geistlicher. Es sind in der Regel Jugendseelsorger. Sie vermögen die Jugendlichen zu fesseln mit ihren Liedern, die zwar textlich sauber, ja sogar kirchlich, deren Melodien aber schlagerhaft sind. Auch damit werden – für die Jugendlichen wenigstens – die Grenzen verwischt. Einer dieser singenden Kaplane erklärte:

«Bei näherer Betrachtung ist es doch die Melodie in erster Linie, die gefällt. Die Worte plappern wir so neben her ...»

Gerade das meine ich: Was nützt ein ‹kirchlicher Schlager› der Kirche, wenn Jugendliche nur auf die unterhaltende Musik hören und die guten Worte dazu nur so ‹nebenher plappern›?

Kirchliches Liedgut modernisieren? Ja! Liturgie der heutigen Zeit anpassen? Ja! Aber bitte nicht Seelenfängerei betreiben mit billigen Schlagermelodien. Man merkt die Absicht und wird verstimmt. Das Ganze wirkt peinlich und ist der Kirche unwürdig. Man kann auch vier Beatles neben den Taufstein stellen, sie losheulen lassen und sicher sein, daß gewisse Jugendliche die Kirche stürmen werden.

Ob aber der Kirche – *und* den Jugendlichen – damit gedient wäre?

Skorpion

Mit Strumpf und Stiel

Einstmals gab es nur Fabrikanten. Wenigstens dachten das die Fabrikanten, obwohl sie ja eigentlich von den Konsumenten lebten. So blieb es lange Jahre, bis ein Institut für Hauswirtschaft und eine Stiftung für Konsumentenschutz entstanden. Diese beiden Institutionen gingen kürzlich hin, testeten Toilettenseifen und Damenstrümpfe und taten somit das, was früher jahrein, jahraus die Konsumenten machten. Nur taten sie noch etwas mehr: Sie veröffentlichten das Ergebnis ihrer Prüfungen.

Die Folge davon war überraschend, wenn auch nicht neu: Die Fabrikanten wurden erbost. Sie, die zu einem guten Teil bis heute dem Konsumenten mehr oder weniger richtig, auf alle Fälle aber unwidersprochen ihre Ware angepriesen haben als Ia und so weiter, ohne aber punkto Qualitätsbeschreibung ins Detail zu gehen, sie also müssen es sich heute – endlich – gefallen lassen, daß man sie beim Wort nimmt, daß nicht nur ihr Reklameberater sich über ihren Strumpf oder ihre Seife in wortgewaltiger Beschreibung ausläßt, sondern eine weit unabhängigere Gruppe von Leuten mit einem Wortschatz, der an Sachlichkeit nichts zu wünschen übrig läßt.

Die Rapporte dieser Sachlichen – das kann nicht erstaunen – wurden zwar von Produzenten angegriffen; am liebsten hätten gewisse Fabrikanten die Testergebnisse mit Strumpf und Stiel ausgerottet. Das hindert aber, so ist zu hoffen, weder SKS noch SJH, weiterhin dafür zu sorgen, daß der Konsument nicht allzusehr eingeseift wird.

Uebrigens: In den protestierenden Texten der Fabrikanten wurden derart detaillierte Angaben über die Qualität der getesteten Produkte gemacht, daß der erstaunte Konsument nicht umhin kann, sich zu fragen, weshalb solches denn nicht schon früher, z. B. in der betreffenden Reklame geschehen ist. Es erübrigt sich, zu sagen, daß es bei diesem polemischen Hin und Her nur einen gibt, der davon profitiert: Der Konsument.

Und ihm ist der Gewinn zu gönnen. Denn er ist's ja auch, der *zahlt*. Was Produzenten hie und da zu vergessen pflegen. *Widder*

Selbsthilfe