Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 91 (1965)
Heft: 39

Illustration: [Selbstbedienung]
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: 15.12.2025

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

Bücher, Sarg und Eitelkeit

Gottfried Keller

«Die Eitelkeit ist immer wach und verstrickt den Menschen unaufhörlich in tausend lügenhafte Dinge, Brutalitäten und kleinere oder größere Gefahren, die alle zuletzt ein ganz anderes Wesen aus ihm machen, als er eigentlich zu sein wünscht ...» Das hat Gottfried Keller im ‹Grünen Heinrich› geschrieben, und es stimmt, mit Verlaub zu sagen, nicht. Die Eitelkeit *macht* ein anderes Wesen aus den Menschen, aber *nicht* ein unerwünschtes. Aus Eitelkeit *will* der Mensch so *scheinen*, wie er zu sein wünscht, aber *nicht ist*. Er geht also hin und macht aus sich ein Potemkinsches Dorf, dem man heute Statussymbol sagt. Diese Statussymbole sind verschieden, sehr alt und steten Veränderungen unterworfen. Als Eva sich mit dem Feigenblatt bekleidete, da war sie aufs mal anders, und das wollte sie ja auch sein. Später blieb die Bekleidung nicht auf Blätter beschränkt, sondern sie wurde üppiger, den Status differenzierender: Je dicker die Halskrause, je dünner die Taille, desto größer das Ansehen. Heute steht das größte Ansehen wieder beim Feigenblatt: Blatt unten, da oben ohne.

Als die Variationsmöglichkeiten auf dem Gebiet der Kleidung erschöpft schienen, da kamen die *Titel* auf. Darüber brauche ich nicht zu schreiben (wir benützen und verehren noch immer genügend Relikte aus jener Aera ...). Immerhin wiesen sie darauf hin, *was* einer tat: *wie* er diente. Heute leitet man das Ansehen nicht mehr davon ab, wie einer dient, sondern wie er *ver*dient. Die Eitelkeit zielt dahin, zu zeigen, wieviel man verdient. Die Folge ist der Exhibitionismus, den man mit Großraum-Personenwagen, dreierlei Ferienhäusern, Swimmingpools, mit Ferienreisen nach Südostasien und derlei Kleinigkeiten betreibt. Und aus der Schwierigkeit, diese Schaustellung ihres ‹Wertes› zu steigern, lavieren sich bereits manche, indem sie ihren *besonderen* Status dadurch symbolisieren, daß sie nicht mehr Ferien in St. Tropez, sondern solche auf ihrem Balkon demonstrieren.

Kurt Tucholsky

Es ist eben schwierig geworden! Aber glücklicherweise hat man nun ein neues Status-Symbol entdeckt: den Tod!

Je mehr Geld man sich seine Beerdigung kosten läßt, um so größer ist das Ansehen. Ich möchte mich darüber näher äußern, aber glauben Sie ja nicht, es sei eine Satire. Jüngst hat der Verlag Rowohlt in verdienstvoller Weise eine wohlfeile, zweibändige Ausgabe ausgewählter Werke von Kurt Tucholsky herausgebracht. Rund tausend Seiten. Darin steht irgendwo: «Die Satire muß übertreiben und ist ihrem tiefsten Wesen nach ungerecht. Sie bläst die Wahrheit auf, damit sie deutlicher wird, und sie kann gar nicht anders arbeiten als nach dem Bibelwort: Es leiden die Gerechten mit den Ungerechten ...» Um es nochmals zu sagen: Ich schreibe da nachfolgend keine Satire über die Unsinnigkeit des Status-Symbolismus und seiner Auswüchse. Ich übertreibe mitnichten. Ich halte mich streng an die sachliche Berichterstattung von Jessica Mitford. In ihrem (deutsch im Verlag Walter, Olten, erschienenen) Buch ‹Der Tod als Geschäft› zeichnet sie einen Teil jenes «american way of life», den wir so gerne kopieren, einen Teil, der in den «american way of death» mündete. Ob sich auch bei uns dieser Weg noch öffnen wird?

«... läßt auf erfolgreiches Leben schließen!»

Das Begräbnis wird als Status-Symbol gekennzeichnet durch den Ausspruch eines ‹Begräbnisdirektors›: «Wenn jemand einen Cadillac fährt, warum soll er dann (nur) ein Pontiac-Begräbnis haben.»

Die USA gaben 1960 für höhere Bildung (Unterricht, Bücher, Lebensunterhalt von 3,6 Mio Studenten an Universitäten und Oberschulen) total 1,9 Milliarden Dollar aus, dagegen 2,4 Milliarden Dollar für Bestattungen. Die Beisetzung eines erwachsenen Amerikaners kostet zurzeit im Durchschnitt 1450 Dollar, das sind um die 6000 Franken. Die Gründe für diese Kosten liegen im ‹Kundendienst› einerseits und im Sarg anderseits, letzterer ‹Ruhebett› genannt.

Zum Kundendienst gehört das Make-up. Der Verblichene wird im Beerdigungsinstitut aufs Eis gelegt. (Es gibt in den USA 25 000 solcher Institute, wobei die ‹Kunden-Nachfrage› ständig sinkt und deshalb die Preise steigen. Der Verband dieser Institute registrierte aber mit Genugtuung das [mit 1,7 Mio Todesfällen] seit dem Grippejahr 1918 günstigste Totenjahr und stellt hoffnungsvoll fest, die Sterblichkeitsziffer «ziehe wieder leicht an».) Dann wird der ‹liebe Dahingegangene› entleert, mit Chemikalien wieder gefüllt, also angeblich ‹einbalsamiert›, und geschminkt, es werden fehlende Glieder ersetzt, Anomalien korrigiert, eingefallene Gesichtspartien aufgepolstert, Teint je nach Statuswunsch der Angehörigen auf Sportlichkeit (braun), süße Lebendigkeit (rosa) etc. gemacht, und das Ganze heißt im Fachjargon ‹Einbalsamierungs- und Neugestaltungskunst› (es gibt dafür Lehrstühle an Universitäten)! Dann wird ‹der Abberufene› eingekleidet. Ich zitiere aus Katalogen für Leichenkleider:

«Praktisches Grabschuhmodell, lieferbar in Lackleder oder Boxcalf, braun oder ochsenblutfarben, mit Spitz- oder Keilferse. Spiegelt Charakter und Ansehen im Leben wieder. Die prachtvolle Paßform läßt auf ein erfolgreiches Leben schließen ...»

«Für Damen die ‹neue Büha-Form, post mortum Form-Erneuerer› ».

Eine Leichen-Mode-AG zeigte auf einer Tagung ihre «Straßenanzug- und Négligé-Modelle» zusammen mit «eleganten Hauskleidern und Brunch-Mänteln» – für ‹Abgeschiedene›, wie gesagt.

‹Beautyrama›

Dem «Ansehen im Leben» hat der Sarg zu entsprechen, dessen Stil vom Klassizismus (Urnenornamentik) über kolonialen und französisch-ländlichen zum futuristischen, in die Zukunft weisenden ‹Transitsarg› geht. Es gibt auch den Playboy-Stil ‹Monaco› (Katalogtext dazu: «mit Meerdunst-Politur, innen reich gefüttert mit aquafarbenem Suprême-Cheney-Samt, kunstvoll gesteppt und gefältelt, mit passendem großen Polster und Ueberwurf»).

Es gibt auch – in der mittleren Preisklasse sogar – das «attraktive, verstellbare Weichschaumbett ‹Beautyrama› mit patentierter Vorrichtung für vertikale Einstellung ohne Knarren ... In einjähriger Forschungsarbeit entwickelt ...»

Alles dies sind nur Vorbereitungen. Denn der Kundenservice umschließt auch die öffentliche Aufbahrung im Bestattungsinstitut (im ‹Schlummerraum›), wozu die ‹Regie›, nämlich die Gestaltung des Hintergrundes für den Aufgebahrten, Beleuchtungseffekte etc. gehört und im Preis inbegriffen ist. Das Grab schließlich wird mit einem Bagger ausgehoben, das ist kostensparend. Das ist – wie gesagt – keine Zukunftsvision und keine Satire (dificile est satiram non scribere!), sondern ein Bericht über neue Möglichkeiten auch für uns, die wir ja auf der Suche nach neuen Status-Symbolen sind.

Anregungen dazu findet man in folgenden amerikanischen Fachblättern: ‹Ideenschatz des Beeerdigungsunternehmens›, ‹Handbuch für ein erfolgreiches Begräbnis›, ‹Erfolgreiche Beerdigungsleitung›, ‹Bestattungs-Berater›, ‹Sarg und Sonnenseite›, ‹Psychologie und Dramaturgie der Trauerfeier›, ‹Begräbnisleitung und -organisation›; und in Verkaufskatalogen, die auch Leichen-Kopfstützen, -Armhalter, Sargschmuck etc. enthalten ....

Nochmals: Das ist *keine* Satire!

Von der Wiege bis zur Bahre: Status-Symbole.

Oder: «Die Eitelkeit ist *immer* wach ...» Siehe den ersten Satz!

Bruno Knobel