

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 91 (1965)  
**Heft:** 48  
  
**Illustration:** [s.n.]  
**Autor:** Hürzeler, Peter

### **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:** 04.02.2026

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



# Wir ~~un~~gläubigen Thomasse

Der Schutzpatron der «ungläubigen Thomasse», von dem sie ihren Namen bekamen, steht wohl als Heiliger im Kalender, genießt aber unter Fachleuten geringeres Ansehen als auch die am wenigsten bekannten seiner Kollegen. Seine Skepsis, seine Weigerung, zu glauben, was sich nicht manuell be-greifen lasse, hat ihn bei der Nach- und Fachwelt um den größten Teil seines Kredites gebracht. Darum wurde und wird er auch – wir haben uns darüber genau informiert – der heranwachsenden Jugend so gut wie nie als nachahmenswert vor Augen gestellt. Obwohl er, wie gesagt, im Kalender steht. Und auch die nach ihm benannten «ungläubigen Thomasse» genießen nicht hohe Achtung, noch auch nur allgemeine Billigung.

Im Gegenteil. Erst kürzlich hat ein sogenannt Maßgeblicher erklärt, die Unfähigkeit zu glauben sei ein Kriterium unserer Zeit, ja ein Symptom ihrer Krankheit. Der Unglaube gelte als «fashionable» und werde wie ein Orden getragen von denen, die glaubten, «up to date» sein zu müssen... Da möchte ich doch ein Wort für unsere Zeit einlegen: Es gibt heutzutage vielmehr gläubige als ungläubige Thomasse. Wir glauben nicht schwerer als die Menschen früherer Generationen. Wir glauben sogar eher leichter. – Fragt sich nur, was.

## Wir glauben an die Depeschenagentur

Trotz deren verknozttem Stil. «Es isch ja im Radio cho!» ist ein Argument, mit dem man jeden Gesprächspartner mundtot machen kann. Kaum einer denkt daran, daß die Korrespondenten der Nachrichtenagenturen bloß Menschen sind – Menschen, die sich irren können, die oft die gefärbte Brille subjektiver Vorurteile auf der Nase haben; ja vielleicht sogar Menschen, die über eine kleine Zwecklüge (durch Unterdrückung eines Teils der Wahrheit) nicht immer völlig erhaben sind. Lediglich der Um-

stand, daß Meldungen «im Radio kommen», hebt sie über das Niveau der Diskutabilität alles Menschlichen hinaus. – Wo bleibt auch nur ein Körnchen thomassischer Skepsis in dem weitverbreiteten blinden Glauben an die Neuesten Nachrichten? – Doch, dieses Körnchen ist da: Die Wetterprognose bildet den einzigen Teil der Nachrichtensendung, bei dem unser blinder Glaube wenigstens durch die Finger blinzelt. Besonders seit dem Sommer 1965. Sonst aber...

## Wir glauben an die Statistik,

die uns Schweizern zum Beispiel die Reinlichkeitskrone aufsetzt mit einem jährlichen Seifenverbrauch von 14,5 kg pro Kopf der Bevölkerung. Das macht (Moment!  $14\,500 : 80 = ?$ ) – ungefähr 180 Stück Toilettenseife zu 80 g macht das. Donnerwetter! Selbst wenn ich 80 Stück für die Haushaltswäsche abziehe (obwohl die Waschmaschine hauptsächlich Synthetika schluckt), müßte ich jede Woche zwei große Toilettenseifen verbrauchen? Und dabei hält bei uns ein Seifenstück eine Woche, am Lavabo, für vier Personen! Sind wir überdurchschnittliche Söiniggel mit unterdurchschnittlichem Seifenverbrauch – oder hat's dem Elektronenhirn, das die Zahl 14,5 ausspuckte, ein Relais geputzt? – So oder so: Wir glauben an die Statistik, auch wenn sie uns  $1/7$  Doppelzentner Kernseife «auf den Kopf» schmeißt. Glaube macht offenbar nicht nur selig, sondern auch sauber.

## Wir glauben auch an Inserate und Prospekte

Wie anders wäre es erklärlich (laut «Spiegel» Nr. 45/1965), daß etwa eine halbe Million deutsche Bundesbürger durch «Versandkaufleute» im Bildungsgeschäft versorgt werden; daß rund 150 Millionen Mark für den Ankauf von «Lehrbriefen» be-

zahlt werden, die sehr oft bloß Kopien oder Kurzfassungen von preiswerten Fachbüchern sind; daß täglich etwa 1000 «Diplome», «Zertifikate» oder «Zeugnisse» ausgestellt werden, die zu nichts berechtigen und von keiner Behörde anerkannt sind – die also nicht mehr wert sind als das Papier, auf das sie gedruckt sind.

Vermutlich können die entsprechenden Zahlen für die Schweiz durch einfache Dreisatzrechnung ermittelt werden, denn unser Glaube an Inserate ist kaum kleiner als der unserer Nachbarn.

Wir lesen in gläubigem Nichtdenken über Zahlenangaben in Inseraten hinweg. Ein Beispiel: Eine Whisky-Vertretung wirbt für ihren teuren Schnaps – bestimmt für den «Mann von Welt», den «Stammgast der Oberklasse» – mit dem Argument: «Seit einem Jahr haben sich (in der Schweiz) die Verkäufe Monat für Monat verdoppelt!»

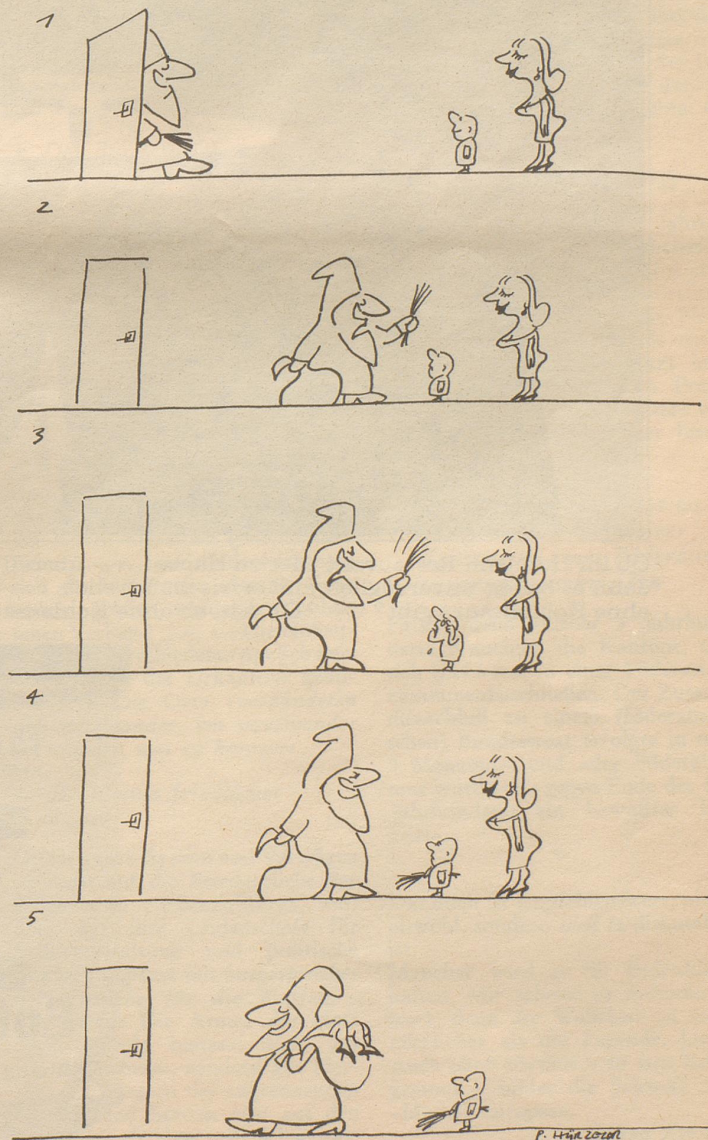
Schnell nachrechnen: Das bedeutet für den zwölften Monat eine Multiplikation mit  $2^{11} = 2048$ . Wenn

also vor einem Jahr der monatliche Umsatz bescheidene 1000 Flaschen ausmachte (es wurde ja schon vorher eine teure Werbung betrieben), dann beträgt er heute – ja, Sie haben richtig gerechnet: über 2 Millionen Flaschen im Monat. Für eine einzige, und zwar eine sehr teure Marke 25 Millionen Flaschen im Jahr; pro Großmama, Schulbub und Säugling je fünf Bottles. Your health!

\*

Es wäre wohl nicht vom Uebel, wenn wir uns häufiger als bisher am skeptischen Schutzpatron der ungläubigen Thomasse ein Beispiel nähmen. Wir müssen unserem Mißtrauen nur die richtige Materie zum Fraß vorwerfen. Aber da liegt die Schwierigkeit: Gar oft bezweifeln wir, was wir ruhig glauben dürfen, und schlürfen kritiklos ein, was eigentlich das Etikett «nicht einnehmen!» tragen müßte. Darum haben's die ungläubigen Thomasse auch heute noch nicht leicht.

AbisZ



P. HANS ZOSER