

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 93 (1967)  
**Heft:** 20

**Artikel:** Fideles... Deutsch!  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-506665>

#### **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**

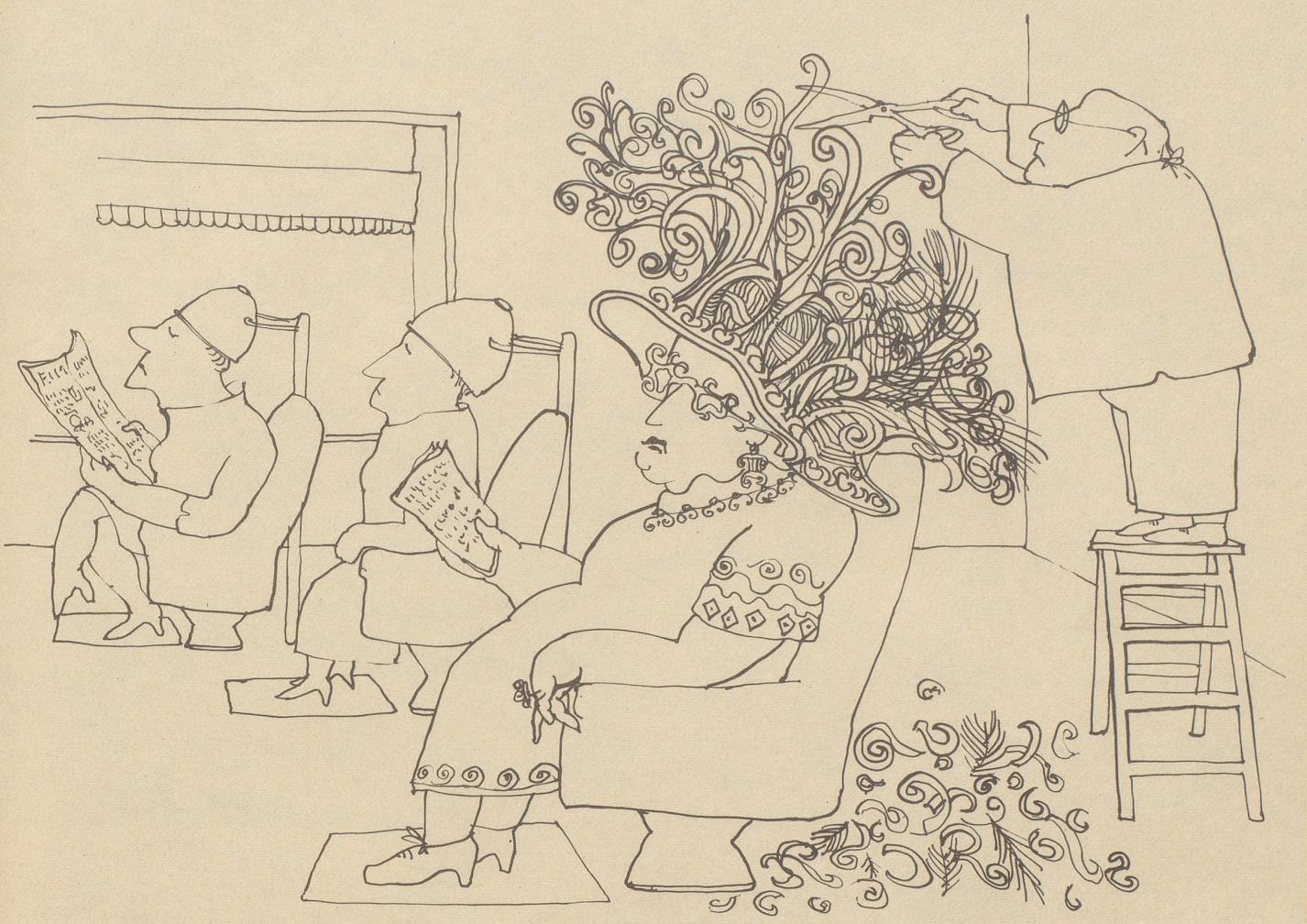
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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:** 14.01.2026

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



Zeichnung: Haeckel

## Fideles . . . Deutsch!

Was denken wohl Sie sich, lieber, geneigter Leser, wenn Sie zu lesen bekommen, was ich lesen durfte? Ich schreibe genau ab:

«Die Publikums-Weinkost ist an Wochentagen von 18 bis 22 Uhr geöffnet.»

Daß man bei unseren deutschen Nachbarn das so schwierige Wort *(Comestibles)* lieber vermeidet – wer weiß schon, wie man das aussprechen soll!? – und dafür *Feinkost* sagt, das dringt langsam auch bei uns ins Bewußtsein durch. Und leider vielleicht auch bald in die Dialekte ein!? Im Feinkostgeschäft werden Edelhähnchen und Edelpilze und andere *adlige* (edle) Dinge verkauft.

Was aber ist Weinkost? Wein zum

essen wird's wohl nicht sein; so dicken Wein gibt's noch nicht. Also was wohl?

\*

Sogar «kinderfreundliche Gasthöfe» gibt es und «sie sind besonders gekennzeichnet». Wie schön, daß im Zeitalter der Technik langsam die Dinge so etwas wie eine Seele kriegen! «Ein Auto kaufen ist wie heiraten», las man unlängst. Ob das Auto auch *Ja* sagt vor dem ... Altar? Muß man zur Kirche, um den Kaufvertrag gültig zu unterschreiben? Wird man sozusagen mit

seinem Auto getraut? Hat es schon ein Herz und eine Seele? Und jetzt haben also sogar Gasthöfe noch menschliche Züge und Regungen. Kinderfreundlich neigt sich der Balkon im ersten Stock zur Straße herab und streichelt die blonden und braunen Köpfchen der Kinder. Wie wundernert! Es lebe das Zeitalter der Technik mit seiner Sehnsucht nach Seele!

\*

Ja, es geht sogar noch weiter! Ob das nun einfach Liebenswürdigkeit,

oder ob es schon beginnende Kuppelei ist, soll der geneigte Leser selber entscheiden. Das Hotel *Edelweiß*, jedenfalls sagt: «Eine Sonnenterrasse, eine Sauna, ein geheiztes Hallenbad ... sorgen für sportliche und – jetzt kommt's – gesellschaftliche Abwechslung der Gäste.» Aha!

Was ist das – *Abwechslung der Gäste*? Man denkt doch unwillkürlich an die Auswechslung der Gäste untereinander! Und wenn die Gäste gar in der Sauna untereinander und gegeneinander und miteinander ausgewechselt werden, so fällt einem das Paradies, oder mindestens ein Nudistenkraal ein. Mir stand all dies wenigstens blitzartig vor Augen, als ich «gesellschaftliche Abwechslung der Gäste» – wie das übrige hier zitierte – in den *Reisenachrichten aus Oesterreich* vom April 1967 las ...

Und ich kam, wie so oft schon, zum verzeihenden Schluß: Werbung ist eines, gutes Deutsch ein anderes. Beides in idealem Zusammentreffen darf man eben doch nur in Sternstunden der Lektüre erhoffen.

Zeiger

