

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 94 (1968)
Heft: 15

Artikel: Geist trägt Zinsen
Autor: Beer, Otto F.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-507666>

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

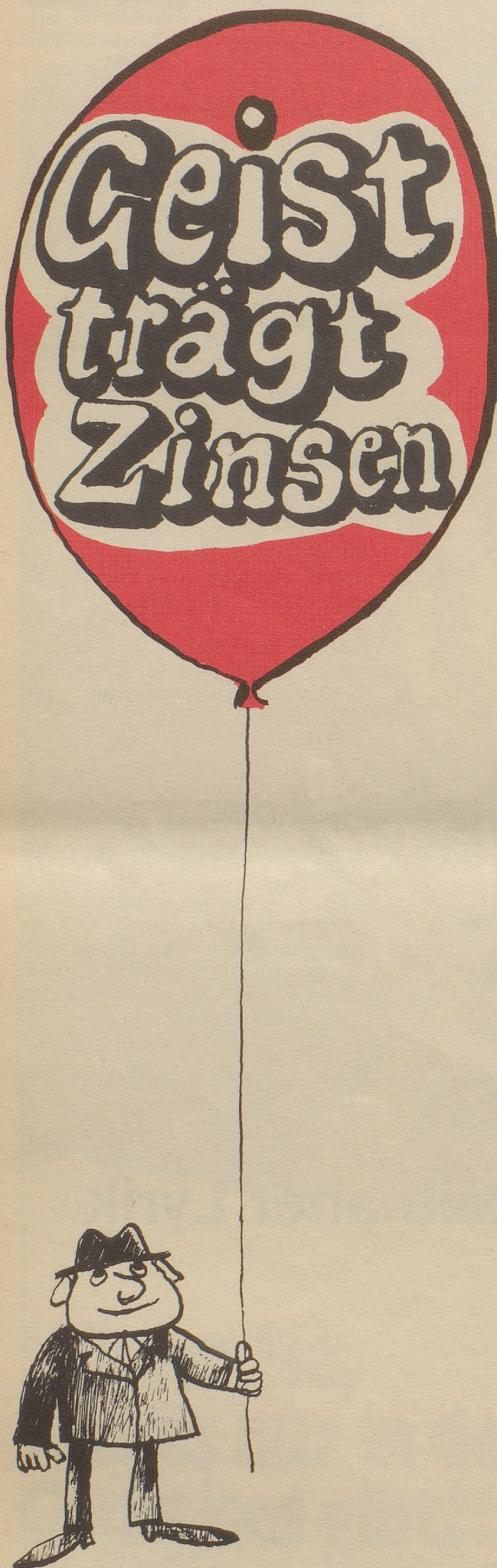
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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: 13.01.2026

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



Alle anderen Leute kennen ihn, nur ich bin ihm noch nie begegnet; dem Manne, der immer und überall gewinnt. Seine Fama geht weit im Bekanntenkreis herum und erweckt den gebührenden Neid. Er hat

beim Preisausschreiben einer Waschmittel-firma ein Wochenendhaus gewonnen und die Suppenwürfelkönige haben ihm ein Auto verehrt. Solches Glück sprach sich herum, aber wann auch immer ich einen jener Bevorzugten zu Gesicht kriegen wollte – immer mißlang es. Auch ich habe seit Jahr und Tag Coupons eingeschickt, Schilder von Oeldosen auf Postkarten geklebt und mir den Kopf darüber zerbrochen, welcher Buchstabe in einem bestimmten Inserat fehlt, auf daß der Name eines bekannten Waschmittels klar zutage trete. Vergebens! Darum wird man verstehen, wenn ich voll Enttäuschung die Frage aufwerfe: Wer fährt eigentlich meinen Mercedes 300?

Es gab einmal Zeiten, da mußte man imponierende Geisteskräfte mitbringen, um bei einem Radioquiz oder im Fernsehen (das gab es damals gerade schon!) einen Preis zu erringen. Es wurde einem ein Musikstück vorgespielt, das man nie gehört hatte, und nun sollte man sagen, welcher Oper Cimarosas es entnommen sei, obwohl doch mancher gar nicht wußte, daß dieser Cimarosa überhaupt eine Oper geschrieben hat! Man mußte mit Dürers Handzeichnungen intim sein oder mit der Schlacht im Teutoburger Wald, um die Preisrichter einigermaßen zufriedenzustellen. Und wenn man deren Neugier befriedigt hatte, blieb am Ende immer noch die Frage, ob man weiterspielen und beim nächsten Problem doppelt oder nichts bekommen sollte. Mancher, der die kniffligsten Fachfragen befriedigend zu beantworten wußte, hat hier versagt und am Ende statt des erhofften Autos nichts gewonnen als die Ueberzeugung, daß er die letzte Frage nicht hätte riskieren sollen.

Solche geistige Akrobatik wird heute nur mehr selten vor den Gewinn von Wochenendhäusern und Kühlchränken gesetzt. Es gab eine Zwischenphase, in der man ins andere Extrem verfiel. Der Quizmaster fragte den Mann auf dem Podium, wie die Hauptstadt von Frankreich heiße, und wenn dieser «London» sagte, bekam er dafür eine Flasche Cognac in die Hand gedrückt. Aber ich bin cognaclos durch diese Epoche gegangen, weil niemand von mir Aufschlüsse dieser Art verlangt hatte. Und seitdem halten wir schon wieder bei einer neuen Phase.

Vor die Geschirrspülmaschine und den Flug nach Aegypten haben die Werbegötter von heute eine andere Sorte von Schweiß gesetzt. Sie verlangen mit Recht, daß sich der Teilnehmer an einem Preisrätsel mit dem Produkt auseinandersetze, für das da geworben werden soll. Da könnte jeder kommen und einfach sagen, aus welchem Streichquartett Beethovens diese oder jene paar Takte stammten und dafür eine Riesenpackung eines Waschmittels einstreichen, von dem er viel weniger weiß als von

den Beethovenquartetten. Nein: heute wird ehrliches Fachwissen verlangt. Der Teilnehmer muß etwa angeben, ob Waschmittelkartons rund oder eckig sind. Das erfordert eine gewisse Beschäftigung mit dem Fabrikat, von dessen Herstellern er sich einen Ferienaufenthalt in Rimini erhofft. Daß trotzdem in Rimini verhältnismäßig wenige Leute herumlaufen, die vorher über die Eckigkeit der Verpackung nachgegrübelt haben, steht auf einem anderen Blatt. Eher gelingt es unsereinem in die Mittelkategorie der verheißenden Geschenke einzudringen. Hundert Suppenwürfel in Luxuspackung oder zwei Dosen Motorenöl erfreuen auch denjenigen, der weder Suppen mag, noch ein Auto besitzt. Grimms Märchen mögen ein magerer Trost sein, wenn man auf eine Märchenreise in den Orient gewartet hat. Dem professionellen Rätsellöser geben sie die Ueberzeugung, daß man seine Anstrengungen gewürdigt hat. Immerhin hat er sich den Kopf darüber zerbrechen müssen, ob Telelux-Fernsehapparate seit fünf oder seit hundert Jahren erzeugt werden.

Schwieriger wird es, wenn technische Probleme gelöst werden sollen. Welches Haarwasser als einziges einen Zusatz von Biovitin-Superplus-Aktivin enthält, kann man wohl mit gutem Gewissen nur sagen, wenn man zuvor einen Chemiker zu Rate gezogen hat. Aber leider: diese wissen sehr wenig über Superplus-Aktivin zu sagen, und die Griechenlandfahrt mit dem Motorschiff «Molto adagio» gewinnt am Ende einer, der ganz einfach nachgeschaut hat, welche Firma das Preisausschreiben veranstaltet hat. Auch bei der Frage, welches Waschmittel dank seinem Gehalt an übervitaminisiertem Lezithin ein neues Hemdengefühl verursache, läßt sich durch das Studium der chemischen Literatur nicht annähernd so leicht beantworten wie der gewissenhafte Rätsellöser vermuten würde.

Wer darauf Wert legt, mit nichts als der Kraft seines Geistes Traumreisen zu gewinnen, muß unter Umständen beträchtliche geographische Kenntnisse mitbringen. Man legt ihm ein Photo vor, das er vielleicht für Schloß Hoch-Unterndorf gehalten hätte, und verlangt von ihm Auskunft, ob der Londen Tower (um ihn handelt es sich!) in Frankreich, Indien oder England liege. Um das richtige Quadrat anzukreuzen, müßte er vielleicht die Englandreise, die er gewinnen möchte, schon vorher unternommen haben.

Bildung macht frei, hieß es bei unseren Großvätern. Daß sie auch Geschirrspülmaschinen, Küchenmixer und 14 Tage Mallorca eintragen könne, war damals noch unbekannt. Daß es aber meist die anderen sind, denen Weltreisen und funkelnagelneue Autos ins Haus geliefert werden: das ist es wahrscheinlich, was heutzutage manche Leute gegen die Bildung im allgemeinen so mißtrauisch macht.