

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 96 (1970)
Heft: 48

Artikel: Kollektive Geschmacklosigkeit
Autor: Zacher, Alfred
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-510018>

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: 29.11.2025

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

Kollektive Geschmacklosigkeit

Ueber die Geschmäcker gibt es kein Gemecker. Zugegeben, denn «'n eenen sin Uhl is'n annern sin Nachtigall». Wahrscheinlich haben auch die Nachtigallen keinen uniformen Geschmack über die Wechselfolge zwischen Trillern und Schluchzern, die allein als «comme il faut» zu gelten habe.

Ueber Geschmacksfragen streiten? Nein, wirklich nicht. Der Geschmack ist wandelbar, die Grenze zwischen «gut» und «schlecht» wandert wie der berühmte Müllerbursch mit dem Stab in der Hand. Vor zwei Jahren noch lachte man über die Buntheit der Krawatten, die die Amerikaner trugen – heute tragen wir ebenso klecksige Kulturstricke um den Hals. Eben erst noch schimpfte man über die Geschmacklosigkeit der Miniröcke an nicht ganz klassischen Schenkeln – heute trauert man der «belle vue» weiblicher Extremitäten nach. Gestern ... – heute ... (Der geneigte Leser wird ersucht, weitere hundert Beispiele von der Wandelbarkeit des öffentlichen Geschmacks anstelle der Pünktchen einzusetzen; kein Aermel ist so eng, daß sie sich nicht leicht daraus schütteln ließen.)

*

Es ist durchaus möglich, daß in zehn Jahren schon die Bezeichnung



Gehören Sie auch zu jenen, die das Maßhalten beim Rauchen vergessen? Dann ist aus dem Genuß nur noch eine Gewohnheit, oft nervöser Art, geworden. Mit dem ärztlich empfohlenen

NICOSOLVENS

werden Sie in 3 Tagen Nichtraucher oder Sie können mit Leichtigkeit das Rauchen auf ein vernünftiges Maß zurückführen. Kurpackung Fr. 19.– in Apotheken und Drogerien. Aufklärung für Sie unverbindlich durch die Medicalia, 6851 Casima (Tessin).

«Shop-ville» für die große Fußgänger-Unterführung vor dem Zürcher Hauptbahnhof sich durchgesetzt hat und als Selbstverständlichkeit im Gebrauch ist. Ich war noch nie in diesem neusten Stadtquartier meiner Heimatgemeinde; aber ich las, daß sich dort namhafte Geschäfte mit Filialen angesiedelt haben, Geschäfte, von denen man weiß, daß sie für Qualität und guten Geschmack ihres Sortiments gutzustehen vermögen. Ich würde meinen Bedarf sofort in ihnen decken – wenn sie nicht in der Wahl des Namens «Shop-ville» einen so schlechten Geschmack bewiesen hätten, daß einem Zweifel über das allgemeine Geschmacksniveau aufsteigen müßten. Als ob man zu einem Dinner-Jacket vom englischen Hofschneider das rote Halstuch von Marius aus Marseille trüge; oder Blue Jeans unter dem Cocktaillkleid von Dior hervorgucken ließe; oder Hennessy mit London Dry Gin mixte; oder ... Bitte, basteln Sie selber weitere franco-britische Zwitter; Sie werden kaum einen finden, der geschmackloser wäre als der Sprachzwitter «Shop-ville». Wozu eigentlich? Sind denn Schweizer, die ihren etwas ruuchen Zürcher-, flinkbeinigen Baasler-, spitzzüngigen Nordostschweizer- oder urtümlich-behäßigen Bernerdialekt sprechen, nicht immer noch die Hauptkundschaft der Zürcher Läden? Und bildet man sich etwa ein, auch nur ein einziger zusätzlicher Dortmunder, Birminghamer, Malmöer oder Dijoner Ferienreisender lasse sich durch den Zwitternamen der hypermodernen Ladenstadt zu einem zusätzlichen Kauf anregen? – Wenn die Geschmacklosigkeit wenigstens erträglich wäre, dann könnte man ihre Stillosigkeit teilweise entschuldigen; so aber ...

Nun, eine Geschmacklosigkeit ist ja keine Todsünde. Wer von uns hätte sie nicht auch schon begangen, im Mikro- oder Makroformat? Aber hier fielen führende und seriöse Geschäftsleute der Geschmacklosigkeit ihres Kollektivs (oder bloß ihres Reklameberaters?) zum Opfer; es wurde eine kollektive Geschmacklosigkeit begangen, die sich auch nicht dadurch verbessern läßt, daß man nun die Verkäuferinnen Werbeknöpfe tragen läßt mit «I like Shop-ville». Ein humorvoller alter Freund hat darauf so reagiert: Er bastelte sich einen eigenen Parolenknopf mit der Aufschrift:

«I don't like such a sike!»

Er verläßt sich darauf, daß man im shopvilleschen Sprach-Tohuwabohu das Wort «sike» verstehen



Reuige doch dankbare Rückschau

Als junges Kind hat mich ein Küchenmädchen überrascht,
Als ich von einer Himbeerconfiture leicht genascht,
Nienie vergeß ich meine dazumalige tiefe Scham,
Weil jenes unverschwigene Küchenmädchen davon
Kenntnis nahm,
Doch jene Scham hat mich nachdem ich mehr und mehr
bejährt
Vor manchen spätern sündigen Handlungsweisen streng
bewahrt.

Esavon Grindelstein



werde; es steht zwar in keinem Dictionary, aber es ist durchaus so unanständig gemeint wie es tönt.

Er hat der Stammtischrunde versprochen, den Protestknopf demnächst bei einem Lädelibummel von einem prominenten Untergrund-Laden zum nächsten, noch promi-

nenteren zu tragen und die Herren Geschäftsführer zu fragen:

«Comment likez-vous mon badge?»

Mir scheint, der Mann ist in seinem Recht: Warum sollen nicht auch die Kunden geschmacklose «mixed mots» frei erfinden dürfen?
AbisZ