

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin

Band: 101 (1975)

Heft: 6

Illustration: "Wir hätten nicht einschalten sollen [...]

Autor: Wessum, Jan van

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](#)

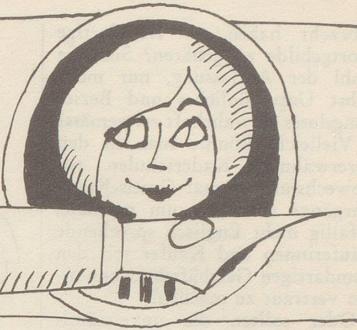
Terms of use

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: 08.02.2026

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

Die Seite der Frau



Tischreden

Ich habe wieder einmal etwas besonders Nostalgisches entdeckt, nämlich ein Büchlein aus dem verflossenen Jahrhundert, das gar Nützliches über «Tischreden und Trinksprüche zu allen Familienfestlichkeiten» zu sagen weiß.

Ich weiß, es werden auch jetzt noch gelegentlich Tisch- und Trinkreden gehalten, aber mir scheint, sie ermangeln in bedauerlichem Masse des Zeremoniells. Dass sie außerdem in der Regel sehr kurz gefasst sind, ist mir dagegen recht, da ich kaltes Essen, das warm sein sollte, nicht mag.

Nun, unser Büchlein lehrt unter anderem, dass auch kleinste Ansprachen mit der Aufforderung an die Versammlung schliessen sollten, «sich zu erheben und auf das Wohl einer oder mehrerer Personen anzustossen». Bei dieser Gelegenheit müsse man diese Personen hochleben lassen, – was das nun auch immer heißen möge. (Wie hoch wird leider auch nicht genau angegeben.)

Und nun zum Zeremoniell: Bei den Trinksprüchen müsse, werden wir ermahnt, eine gewisse Reihenfolge innegehalten werden: «Es wäre zum Beispiel ungeschickt, bei einem Hochzeitsmahl den Reigen der Trinksprüche mit einem Hoch auf die Brautjungfern zu öffnen.» Das leuchtet mir ein, obgleich es manchem schwerfallen könnte, wenn diese Jungfern besonders jung und hübsch sind. Sie kommen ja natürlich auch noch dran. Hauptsache: man lässt sie leben.

Ein «älterer Kanzelredner» (der Schlimme!) gibt eine allgemeine Wegleitung:

«Steh flugs auf!
Tu 's Maul auf!
Hör bald auf!»

Der schlägt offenbar mir nach, weil er auch nicht kalte Suppe und warmen Weisswein mag.

Ein geschickter Redner solle des weiteren Takt walten lassen und streng vermeiden, «an verdorbene oder verlorene Familienmitglieder zu erinnern, weil sonst die Stimmung einen Stich bekomme, wie Bier oder Milch bei Gewitterschwüle». Also vermeiden Sie es bitte nächstes Mal, zu erwähnen, Sie hätten das Käthi in Biel, Genf oder sonst einem sündigen Ort gesehen, natürlich «in Begleitung»

und auffallend elegant. Oder daran zu erinnern, wie der Onkel Arthur damals unter seltsamen Umständen nach Amerika verschwunden sei, und so fort, wie es halt in den Familien manchmal zugeht.

Besonders plump und geschmacklos sei es, auf künftigen Kindergesegen anzuspielen. Das verstehe ich nicht so recht, sogar wenn meine Sensibilität gerade noch ausreicht, zu spüren, dass man das Käthi und den Onkel Arthur im Moment besser im Schrank bei den andern Skeletten liegen lässt. Aber die zukünftigen Kinder – das liegt doch ziemlich in der Normalen, und in spätestens einem Jahre geht ein grosses Juhee los, und es wird getauft und es werden wiederum Reden gehalten, in denen natürlich das Kind – es heisst jetzt, sofern männlich, «Stammhalter» – eifrig erwähnt wird.

Das waren seltsame Zeiten. Was mich des weiteren intriguert sind die «Polterabende». Ich war nämlich nie an einem Polterabend und weiss nicht, was da gepoltert wird und von wem. Aber etwas musste er sein, so ein Abend, nämlich «vom Wunsche beseelt, dass während seiner Dauer die zwangloseste Heiterkeit herrschen möge».

Wenn das nur gut ausgeht! So ein Polterabend diente, laut unserem Büchlein, dazu, «den beiden Glücklichen die letzten kurzen

Stunden vor ihrer standesamtlichen Fesselung so angenehm wie möglich zu machen».

Das Ganze ist mir nicht sehr klar. Aber «s' isch all daa», wie unsere östlichen Miteidgenossen sagen.

Es folgen noch ein paar Gedichte von erschütterndem Humor. Aber Auswendiglernen ist nicht jedermann's Sache.

Ich behalte mir jedenfalls das Büchlein auf, bis Tischreden und Trinkgelage wieder so richtig «in» sind. Es ist eine Quelle der Poesie und Gemütlichkeit, wie man sie heute nicht mehr alle Tage findet.

Bethli

Skeptische Betrachtungen einer Konsumentin

Absatzförderung ist das A und O im Wirtschaftsbereich – so heisst es allenthalben. Das leuchtet auch dem im Geschäftsleben Unerfahrenen ein. In der Tagespresse sind öfters Symposien ausgeschrieben oder Kaderkurse und ähnliche Veranstaltungen, auf denen Absatzförderung systematisch gelehrt und über verkaufspychologische Weisheiten doziert wird. In besinnlichen Momenten frage ich mich, nach welchen tiefenpsychologischen Erkenntnissen dabei eigentlich vorgegangen wird. Von jeher hat man

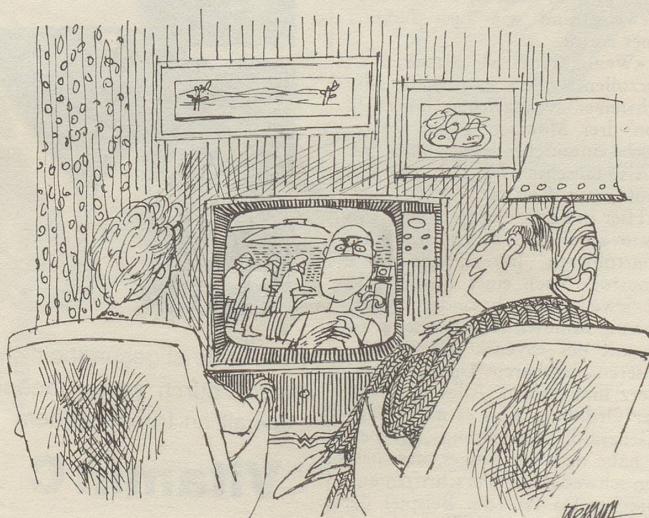
beispielsweise von der Glimmstengelpackung bis zur Hundefutterdose alles mit dem Bild eines stereotyp lächelnden, höchst sparsam bekleideten weiblichen Wesens geschnückt in der Hoffnung, damit den Verkauf anzukurbeln. Dies Vorgehen ist verständlich und sicher erfolgreich.

Dem aufmerksamen Beobachter muss aber auffallen, dass in den letzten Jahren ein etwas unbegreiflicher Trend eingesetzt hat. Und zwar handelt es sich darum, den Geschäften, resp. Lokalitäten, in denen dem schlchten Bürger etwas verkauft werden soll, eine möglichst unverständliche Bezeichnung zu geben. Hier eine kleine Auslese: Shoppyland, Cash & Carry, Top Cash, Inter- oder CH-Discount, F-Shop (Head-Shop) (bitte fragen Sie mich nicht, was diese Bezeichnung bedeuten soll), Shop-ville, Do-it-yourself-Shop, usw., die Liste erhebt keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit.

Der geneigte Leser wird unschwer registrieren, dass sich keine einzige Bezeichnung darunter befindet, die der deutschen Sprache entnommen ist. Vermutlich würde eine solche absatzhemmend wirken – warum weiss ich allerdings nicht. Wenn diese Mode der ausländischen Namensgebung – gelegentlich wird die Phalanx englischer Ausdrücke ja auch von einem französischen Wort wie z.B. Carrefour unterbrochen – schon in den Städten blöd anmutet, so ist es geradezu lächerlich, dass sie auch auf die Dörfer übergreift.

Nehmen wir an, Sie kommen auf einer Autotour durch Oberküsslingen, ein einsam und idyllisch gelegenes Dörfl abseits der Hauptstrasse. Gerade hier wird Ihnen klar, dass zufällig alle Mitfahrenden ihre Taschentücher vergessen haben. Den Hemdzipfel zu benutzen ist genierlich, und so fragen Sie die erste Bewohnerin, die Ihnen unter die Augen kommt: «Häts hie es Lädeli?» Ein vernichtend-mitleidiger Blick begleitet die präzise Antwort: «Dert links häts e Superfresh-Countdown.»

Und da überlege ich: Ein guter, ansprechender Name ist doch so wichtig, «nomen est omen» haben bereits die alten Römer gesagt. Welche tiefen- (vielleicht auch para-)psychologischen Studien mögen die Top Manager auf die Idee



«Wir hätten nicht einschalten sollen. Es gibt nichts sichereres, die Grippe zu bekommen, als Grippe-Verhütungsratschläge anzuhören!»