

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin

Band: 101 (1975)

Heft: 10

Rubrik: Us em Innerrhoder Witztröckli

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: 07.02.2026

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

Johann Knupensager

Heiterkeit tut not

Erinnern Sie sich, wann Sie das letzte Mal einen fröhlichen Schweizer trafen, der nicht zufällig soeben einen Whisky gehoben oder den Nebelspalter gelesen hatte? Bei mir jedenfalls liegt die Begegnung mit einem aus dem Innern heraus fröhlichen Schweizer schon so lange zurück, dass ich nicht einmal mehr weiß, ob es wirklich ein Schweizer oder am Ende gar ein südländischer Gastarbeiter war.

Dabei wäre es einfach, dem Eidgenossen mehr Heiterkeit zu verleihen, auch in den gegenwärtigen düsteren Zeiten. Man müsste bloss

in die Flut der Schulmeistereien, denen er von Seiten der Obrigkeit und der Massenmedien ständig ausgesetzt ist wie eine Februartruppe dem Biswind, Kurse für Lebensfröhlichkeit einbauen. Statt ihm im Frühling vorzuschreiben, wie er sein Haus auffrischen soll, würden die Rat-Schläger der Zeitungen ihm besser eine Lektion erteilen über die Wappnung des Gemütes gegen die ihn täglich in Form von Nachrichtensprechern und Leitartiklern anfallenden behördlich bewilligten Jeremiasse! Und im Winter sollte man ihn nicht nur mit Ratschlägen über die Winterausrüstung seines Wagens überfüllen, sondern ihm zugleich Unterricht erteilen in heiterer Gelassenheit. «Jetzt ist es Zeit, Ihre von den Herbstergebnissen dünn gewordene ehrliche Haut gegen ein dickes Fell mit Winterprofil einzutauschen!» Zum Beispiel.

Auch die Unterhaltungssendungen an Radio und Fernsehen, die gegen alle Pannen Ratschläge erteilen, außer gegen die eigenen, könnten leicht in die Heiterkeitskampagne eingespannt werden. Allein schon ihr totaler Verzicht auf Belehrung würde die Zuschauer und Hörer mit höchstem Glück erfüllen.

Wobei sie allerdings in einer vorhergehenden Spezialsendung darüber belehrt werden müssten, was aus einer Unterhaltungssendung ohne Belehrungen gelernt werden kann. Denn eine innere Heiterkeit und Zufriedenheit, die sich ein Schweizer von sich aus, sozusagen als selfmade-happyman und ohne jegliche Schulmeisterei durch kompetente Experten aneignen würde, wäre wertlos. Mehr: suspekt.



Us em
Innerrhoder
Witz-
tröckli

Ame Mekting z Appezähl het de Marödli im Tüübli e Wooscht gesesse. Woner eso heezhaft mit em Messer dree gschnette het, ischt s Wasser grad ame frönte Gascht über s Liibli (Weste) abispritzt. Vo de Frönt het chöne reklamiere, het de Marödli gsäät: «Göltid, das wär no e Wooscht!» Hannjok

Paradox – aber wahr

Es soll schon etliche kleinere Unternehmer geben, die sich in grösserem Stil übernommen haben.

Taps

McCartney-Erickson

MR
MARTINI & ROSSI
Martini is a registered Trade Mark.

Qualitativ hochwertige Weine und erlesene Kräuter machen Martini zu einem der herrlichsten Drinks der Welt.



Martini. Immer und überall.
Unverkennbar. Feurig und temperamentvoll.
Oder sanft und ausgewogen.

Wo Freunde sind, ist auch Martini.

... immer richtig.

MARTINI
Aperitif Vermouth

MARTINI MARTINI
Bianco
Auf jeder Flasche Martini stehen 20 rote Punkte.