

Paradox - aber wahr

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **101 (1975)**

Heft 10

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

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 Februartulpe 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 Jeremiassen! Und im Winter sollte man ihn nicht nur mit Ratschlägen über die Winterausrüstung seines Wagens überfüttern, sondern ihm zugleich Unterricht erteilen in heiterer Gelassenheit. «Jetzt ist es Zeit, Ihre von den Herbstereignissen 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 Mektig z Appezöll het de Marödli im Tüübli e Wooscht gesse. Woner eso heezhaft mit em Messer dree gschnette het, ischt s Wasser grad ame frönte Gascht über s Liibli (Weste) abigspritzt. Vo de Frönt het chöne reklamiere, het de Marödli gsäat: «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



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

Wo Freunde sind, ist auch Martini.

...immer richtig.



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

Martini is a registered
Trade Mark.

MARTINI
Apéritif Vermouth

Auf jeder Flasche Martini sind 20 Spiel-Punkte.