

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 102 (1976)
Heft: 13

Artikel: Kennen Sie den Kaiserlichen Jachtklub in Santa Cruz?
Autor: Troll, Thaddäus
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-607150>

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: 31.03.2026

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

Kennen Sie den Kaiserlichen Jachtclub in Santa Cruz?

Unterricht in der Kunst des Angebens, erteilt von Thaddäus Troll

oethes Meinung, höchstes Glück der Erdenkinder sei nur die Persönlichkeit, und der Werbeslogan: «Hast du was, so bist du was» widersprechen sich heftig. Begründen nach Goethe Charakter und Leistung das Glück des Menschen, so will uns der Werbeslogan weismachen, der Wert des Individuums sei proportional seinem Besitz. Ist der Mensch in der Sicht des Geistes Ebenbild Gottes, so degradiert ihn der Werbeslogan «Hast du was, so bist du was» zu einer – um eine boshafte Lesart des Materialismus zu übernehmen – oben und unten mit einer Oeffnung versehenen Röhre; zu einem Schauglas, an dessen finanziellem Pegelstand seine Bedeutung abgelesen werden kann.

Das Sozialprestige spielt in unserer Existenz eine immer wichtigere Rolle, es bestimmt unser Leben immer mehr. Hast du was, so zeigst du was, damit man sieht, dass du was bist. Auto, Wohnung, Gattin, Schmuck, Haus werden in der Vitrine des Sozialprestiges ausgestellt: Ich bin was! Aetsch – ich bin mehr als du!

Schon beim trinkfreudigen Korporationsstudenten der Vergangenheit wurde das Ansehen durch den Hubraum bestimmt: je mehr Bier einer zu heben vermochte, um so mehr galt er unter seinesgleichen. Ein Teil des akademischen Nachwuchses bestand aus leistungsfähigen Bierverteilungsmaschinen, deren Epigonen man jetzt noch auf dem Münchner Oktoberfest findet. Heute klassifiziert der Hubraum des Autos den Menschen. Sage mir, was du fährst, und ich sage dir, wer du bist. Wo man früher eine gute Partie machte, heiratet man heute einen Spider mit vier Litern Hubraum. Freilich gibt es immer noch Leute – fast hätte ich geschrieben: Persönlichkeiten –, die ihr Auto als Gebrauchsgegenstand betrachten und kein viel anderes Verhältnis zu ihm

haben als zu ihrer Zahnbürste oder zu ihrer Brille. Sie betrachten ihr Fahrzeug als motorisierte Prothese, weil die Beine nicht ausreichen, um grössere Entfernungen zu bewältigen, und sie kommen sich, wenn ihr Auto in der Werkstatt ist, amputiert vor. Sie benutzen es als individuelles Werkzeug zum Erfahrungsgewinn – denn das Auto bringt seinen Besitzer im Gegensatz zu anderen Verkehrsmitteln willig dorthin, wohin er will, was Flugzeuge nicht immer tun.

Aber für viele Leute ist das Auto eine Heilige Kuh, der sie mehr Liebe entgegenbringen als ihrer Frau; mit dem sie sich intensiver beschäftigen als mit ihren Kindern; auf das sie stolzer sind als auf ihre Leistung im Beruf. Das Auto wird zum Ersatz für die Persönlichkeit. Der Besitzer von 1,1 Litern, der in einer unübersichtlichen Kurve den Besitzer von 2,3 Litern überholt (der defensiv fährt, weil er weiss, dass ihm ein von allen guten Geistern verlassener Besitzer von 1,1 Litern auf der eigenen Fahrbahn entgegenschleudern könnte), fühlt sich dem Ueberholten überlegen. Du hast einen stärkeren Wagen als ich, aber ich bin schneller als du – ätsch!

Man schmückt sein Auto, das man Wagen nennt, zwecks Angabe mit Symbolen aus. Die Stofftiere, die glasigen Blicks zum Rückfenster herausglotzen, sind um so grösser und wilder, je kleiner der Wagen ist. Ich habe noch nie einen Tiger in einem «Jaguar» gesehen. Der Fuchs ist ein schlaues und schnelles Tier. Deshalb trägt man Fuchsschwänze wie Skalps an Antennenspitzen, obgleich solche Siegestrophäen nicht erbeutet, sondern mit kleinen Mottenfehlern im Diskonkthaus «Wohlfeil» erstanden sind.

Wer zu Hause und im Geschäft nichts zu sagen hat, bringt im Rückfenster plakatierte Weis-

heiten unter die Leute. Das unverbindliche «Seid nett zueinander!» verrät den verhinderten Pädagogen. «Einer spinnt immer» lässt vermuten, dass der Mann, der solches im Schilde führt, die Weisheit auch nicht mit Löffeln gefressen hat. Die Warnung «Vorsicht, vier Scheibenbremsen!» ersetzt eine ganze Rede: «Komm mir nicht zu nahe! Ich bin gefährlich! Ich bin ein schneller Hirsch und reagiere blitzartig – wo ich bremse, wächst kein Gras mehr. Höchstens über dir!» «Fahr nicht auf mein heiliges Blechle» kanonisiert ein Vehikel.

Manche Autos haben hinten einen Zapfen. Damit man nicht wähne, selbiger diene zur Ermöglichung gelegentlichen Viehtransports, bringt man ein Plakat an: «Anhängervorrichtung für das Segelboot.»

Auch Plaketten am Auto potenzieren das Sozialprestige: Wir fahren nicht nur Auto – wir sind auch umgeben vom Duft der grossen, weiten Welt! Schau – den Grossglockner hat er spielend gemacht! Wir waren beim Bundestreffen ehemaliger Kaiserlicher Kadetten – ein pikfeiner Verein – in Potzblitzingen! Rallye Bebra – da staunste – ätsch! Unübertrefflich ist die persiflierende Plakette «Wir waren über-

er mit Reisen angeben will, kann hinter die Costa brava, die Riviera oder gar die Adria kein Aetsch! mehr setzen. Der feine Mann macht Studien- oder Bildungsreisen. Unsere Funktionäre exerzieren das vor: der Kreisobmann für das Tiereschutzwesen fliegt zum Studium der Lebensgewohnheiten deutscher Rauhaardackel im tropischen Klima nach Sumatra; der Leiter des öffentlichen Fuhrparks Funzwang informiert sich über das Müllabfuhrwesen in Las Vegas; Prokurist Schneekopf ist zu

Schiff nach Grönland, um dort Absatzmöglichkeiten für Kühlschränke zu analysieren; Gesundheitsdezernent Sargnagel fliegt zum Studium des Krankenhauswesens nach Nairobi; Syndikus Glitsch weilt am Viktoriasee, um den durch das Fernsehen in den Schmutz gezogenen deutschen Fischgedanken zu heben; und der Immunitätsausschuss des Gemeinderats Tuntenheim ist zur Kontaktpflege auf die Sträflingsinsel Ustica mit ff Sandstrand geflogen.

Wer als Globetrotter imponieren will, fliegt heute nach Memphis, Rio oder Baalbek; zu einer Biennale, Triennale oder Sexennale; er jagt in Nairobi Büffel oder macht im Himalaja eine Trecking-Tour; er besucht internationale Festspiele in Fidelitybaccio oder Shmettertown. Man reist weit, gebildet und fein. Auf



die Frage: «Kennen Sie den Kaiserlichen Jachtclub in Santa Cruz?» wagt kaum jemand zu erwidern: «Nein. Ich kann weder segeln, noch war ich jemals auf den Kanarischen Inseln.»

Auch mit prominenten Bekannten kann man gut angeben. Stets nenne man sie nur mit dem Vornamen: Jacqueline – Romy – Udo. Wer auf die Frage: «Wo waren Sie dieses Jahr im Urlaub?» schlicht antwortet: «Bloss in Salzburg. Herbert hat uns gebeten, seinen Don Charly anzusehen», umgibt sich mit dem Hauch des Besonderen.

Es genügt nicht mehr, mit Geld in der Tasche oder mit Autoschlüsseln zu klimpern. Besser ist es schon, sich mit phantasievollen Orden oder mit einem Ritterkreuz zu dekorieren – wer weiss schon, wo man es erworben hat. Oft tut freilich ein Satz

mehr Wirkung als der teuerste Schmuck, mit dem man seine Frau behängt und als Vitrine des Wohlstands benützt. «Wenn meine Frau auf der Terrasse unseres Jagdhauses bei einem Gläschen Champagner auf dem Flügel Chopin vor sich hinpräludiert» – solch eine lässig hingeworfene Bemerkung hebt unter Brüdern das Sozialprestige mehr als ein Rolls Royce.

Wer gar nichts zum Angeben hat, lese ein paar Seiten des Philosophischen Wörterbuchs und protze mit Bildung. «Ich halte es mit Paschasius Radbertus und erstrebe eine Verbindung von rationalem und irrationalen Wissen.» Das macht sich gut. Oder: «Der Mann hat etwas von der Schläue eines Lukomons!» Wobei man noch lange nicht zu wissen braucht, was ein Lukomone ist. Noch besser:

«Bekanntlich entwickelte Fracastaro eine Kosmologie der universellen Sympathie und Antipathie zur dynamischen Philosophie des universellen Gestaltenwandels.»

Wenn Sie diesen Satz in Gesellschaft angebracht haben, schweigt der Mann, der letzte Woche in der Hohen Tatra seiner Tochter zum sechsten Geburtstag einen Hirsch geschossen hat. Beschämt fingert Frau Direktor Nerzheimer an ihren Brillant-Ohrclips. Bewundernd schaut sie Porschefahrer Schrottberger an. Fröstelnd vor so viel Bildung hüllt sich Frau Bergassessor Leitersteiger in ihren Breitschwanz. Kleinlaut wird Gutsbesitzer Maier-Fürstenberg, der erzählt hat, er bewohne in diesem Jahr nur den linken Flügel seines Schlosses.

Mit einem einzigen gebildeten Satz haben Sie – ätsch! – im Kampf um das Sozialprestige Ihre Partner überrundet.

