

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 102 (1976)
Heft: 23

Artikel: Wie paradiere ich Hit?
Autor: Kishon, Ephraim / Torberg, Friedrich / Gloor, Christoph
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-612583>

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: 13.01.2026

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



Ephraim Kishon

Wie paradiere ich Hit?

Wir alle kennen die Namen der Koryphäen die allwöchentlich die Hit-Parade anführen. Aber haben wir auch eine richtige Vorstellung von der unendlichen Mühe und Arbeit, die sie dorthin gebracht hat?

Wir haben keine richtige Vorstellung. Daher die Kulturkrise.

Sie begann vor einigen Jahren, als «Galei Zahal», der Rundfunksender unserer bewaffneten Kräfte, eine Publikumsbefragung veranstaltete, die über den populärsten Schlager der Woche entscheiden sollte. Die Rundfunkhörer wurden aufgefordert, ihren Favoriten auf einer Postkarte namhaft zu machen und diese einzusenden. So einfach war das.

Ein begabter junger Komponist namens Gideon Wiesel wurde daraufhin von einer genialen Inspiration überkom-

men. Er setzte sich ans Klavier, klappte den Deckel zu und schrieb 23 Postkarten, im Stil ein wenig verschieden, aber jede mit dem Titel seines letzten Schlagers versehen. «Schliesslich bin ja auch ich ein Rundfunkhörer», sagte er sich. «Also habe ich das Recht, an der Abstimmung teilzunehmen.»

Zu seiner masslosen Enttäuschung erreichte der von ihm sowohl komponierte als auch genannte Schlager nicht den ersten Platz. Der erste Platz ging an die ebenfalls junge und begabte Ruthi Ron,

die mit Hilfe ihrer Eltern, ihres Schwagers, des Telephonbuchs und eines untrüglichen musikalischen Instinkts insgesamt 88 Postkarten abgeschickt hatte, mit dem Ergebnis, dass ihre jüngste Platte sich wie warme Semmeln verkauft.

An diesem Punkt betrat der international bekannte Impresario Emil Jehuda Beltzer die Szene.

«Wir dürfen das Feld nicht länger den Amateuren überlassen», wandte er sich an seinen Lakai, den Dichter Tola'at Shani. «Es wird Zeit, dass wir Profis ins Hitparade-Geschäft einsteigen.»

Das gesamte Personal der Firma Beltzer, bestehend aus Tola'at Shani, drei Sekretärinnen und dem Laufburschen Tuval, trat in Aktion und legte einen Index aller erreichbaren Rundfunkhörer sowie einen Vorrat von Kugelschreibern, Federn, Tinte, Bleistiften und Farbbändern an. Ein Gremium geschulter Psychologen verfasste die nötigen Texte, die von Tuval in einer Mischung aus kindlicher Handschrift und eingeborenom Niveau verwertet wurden. Hier ein Muster:

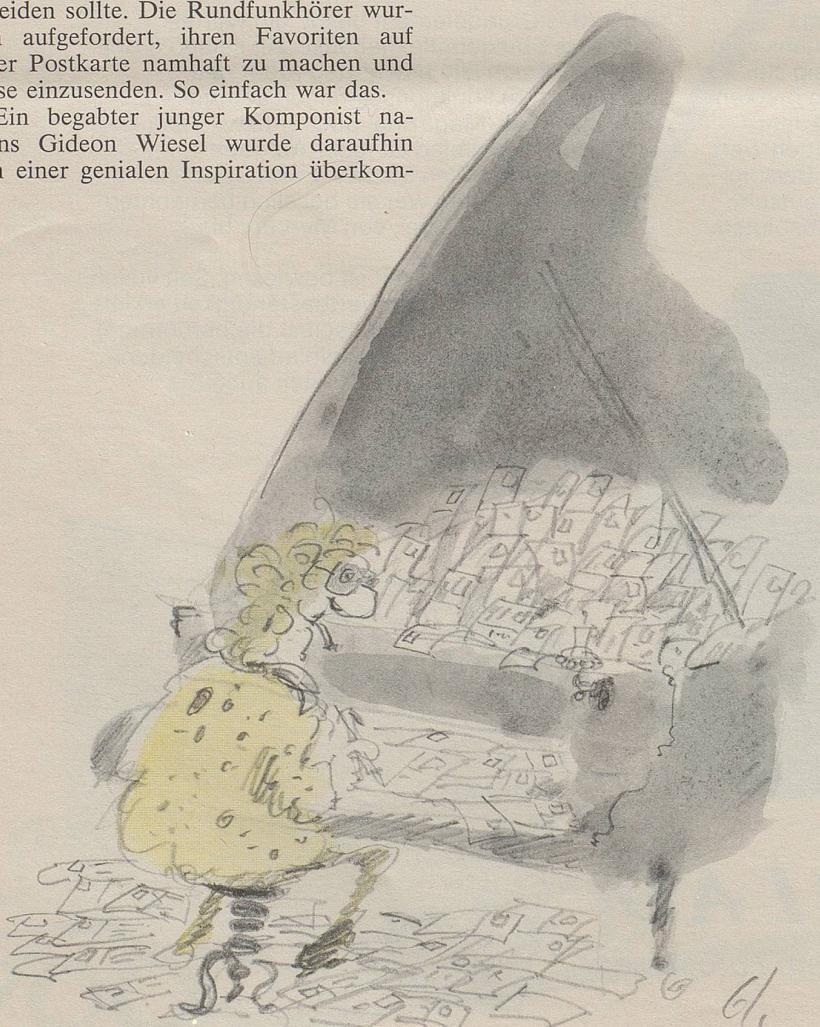
«Ich glaube, das ich dass schöne Lied Küss mich, Mummi von Tola'at Shani für dass schönste Lied halte und es gehöhrt auf den ersten und zweiten und dritten Platz. Hochachtungsvoll Uzzi Porat, Schüler, Tel Aviv.»

Binnen kurzem erreichte der Stab der Firma Beltzer den imposanten Ausstoss von 135 Postkarten pro Stunde. Tuval bekam eine Gehaltserhöhung und Tola'at Shani bekam die Goldene Schallplatte, was dem von ihm textierten Schlager eine Verkaufsiffer von mehr als 50 000 Exemplaren einbrachte. Der Minister für Unterricht und Volksbildung eröffnete die feierliche Preisverteilung und stellte in seiner Ansprache fest, dass «der einfache Mann auf der Strasse durch sein Postkarten-Votum die künstlerisch-folkloristischen Werte unserer heimischen Produktion richtig erkannt und beurteilt hat.»

Tola'at Shani vergoss Tränen des Glücks und umarmte seinen Partner, den Komponisten Mordechai Schulchan, mehrmals vor mehreren Kameras.

Das Team hielt lange Zeit die Spalte. Seine Hauptrivalen, Gideon Wiesel und der begabte Textdichter Gogo, kamen niemals über 6000 Postkarten hinaus. Zum Teil lag das an ihrer minderwertigen Propagandatechnik, zum Teil an internen Streitigkeiten. Jeder bezichtigte den anderen der Zeitvergeudung und warf ihm vor, Songs statt Postkarten zu schreiben.

Eines Abends attackierten die beiden berühmten Popsänger Gershon Schulz in einem Café auf der Dizengoff-Strasse und verlangten von ihm, dass auch er sein Teil zum gemeinsamen Ringen um den Erfolg beitrage:



«Du verdienst ja ganz schön an unse-
ren Platten, oder nicht? Da könntest du
dich wenigstens mit hundert Postkarten
wöchentlich beteiligen!»

Schulz berief sich auf seine untaugli-
che Handschrift und behauptete, dass es
ausschliesslich Sache der Komponisten
und Textdichter sei, Postkarten zu
schreiben.

«So? Wer sagt das?» begehrten Wiesel
& Gogo zu wissen.

Es stellte sich heraus, dass niemand
etwas dergleichen gesagt, festgelegt, sti-
pulierte oder vorgeschrrieben hatte. Die
Rundfunkstation hatte keine Regeln ver-
lautbart und nirgends angegeben, ob die
Abstimmungskarten von Komponisten,
Textern oder Sängern kommen sollten.

Die Beendigung dieses
anarchischen Zustands
schien um so dringli-
cher geboten, als der Zweite Kanal eine
eigene Postkarten-Parade ankündigte,
wobei jede Karte aus Registrationsgrün-
den zweifach auszufertigen war. Der
Verkauf von Briefmarken und Telephon-
büchern stieg sprunghaft.

Als die Namensreserven des Tele-
phonbuchs erschöpft waren, wandte man
sich dem reichen Quellenmaterial der
Bibel zu. Ein pfiffiger Tonsetzer ging so
weit, ein Exemplar von «Archipel Gu-

lag» käuflich zu erwerben und schob sich
mit Einsendern wie Sergej Vavilov
(Haifa) oder Michail Dimitrewitsch Kra-
potkin (Ramat-Gan) auf den fünften
Platz vor.

Damit nicht genug, nahm eine neuge-
gründete «Top-Pop-GmbH» den Betrieb
auf. Ihre Reklameslogans lauteten
«Unser Schall fördert die Platte!» und
«Mit Top-Pop zum Pop-Top». Anstelle
der bisherigen zeitraubenden Geschäfts-
methoden verwendete die Firma einen
hochorganisierten Computer, der jede
Adresse auf ihre geographische Authen-
tizität und jeden Text auf seine Glaub-
haftigkeit prüfte, ehe die Karten nach
Postleitzahlen gestapelt und ihr Versand
in praktisch unbegrenztem Umfang auf-
genommen wurde. «Erfolg garantiert!»
hiess es im Prospekt. «Sondergebühren
für Jahresabonnenten, Studenten und
Militär.»

Die Rationalisierung des Kunstbe-
triebs hatte einen neuen, gewaltigen
Schritt nach vorne getan. Fortan blieb es
unseren ausübenden Künstlern erspart,
ihr Talent und ihren Erfindungsgeist von
so altmodischen Arbeitsprozessen wie
dem Befeuchten von Briefmarken behin-
dern zu lassen.

Deutsch von Friedrich Torberg
Copyright by Ferenczy-Verlag Zürich



HOTEL POOL

Es grüssen

EIGER - MÖNCH - JUNGFRAU

und folgende Hotels:

mit Bad ab Fr. 350.— ohne Bad ab Fr. 280.—

Silberhorn Telefon 036 / 55 22 41
Alpenrose 55 32 16
Brunner 55 24 94

mit Bad ab Fr. 420.— ohne Bad ab Fr. 350.—

Waldrand Telefon 036 / 55 28 55
Regina 55 15 12

inbegriffen: 7 Tage Halbpension.
(Verlängerung jederzeit möglich)
Picknick-Party auf der Alp oder
Nachmittags-Unterhaltung.

Informationen und Prospekte zu beziehen
bei Postfach 106, 3823 Wengen

Wengen



Reaktivierendes
Haarwasser

Haarausfall und Haarausfall-Symptome, wie starke Überfettung des Haares, akute Schuppenbildung, Haar- und Kopfhautschäden, treten ein, wenn die natürliche Versorgung der Kopfhaut nicht mehr funktioniert.

NERIL Haar-Reaktiv bewirkt eine schrittweise Reaktivierung der für das gesunde Haarwachstum lebenswichtigen Kapillarfunktion. Einerseits durch die aktive Innenwirkung, andererseits durch

die haarwissenschaftlich neue Wirkstoff-Kombination.

Die Wirkstoffe regenerieren die Kopfhaut, gelangen in die Kapillaren und sorgen für Durchblutung sowie für richtige Ernährung der haarbildenden Kopfhautorgane. Durch die regelmässige Pflege kann das Haar wieder gesund und natürlich nachwachsen.

Reaktivierendes
Haarshampoo

Die neue Wirkstoff-Kombination in NERIL Haar-Reaktiv:

- Aminosäure-Komplex
- Wirkstoff-Komplex CCF
- Wirkstoff-Komplex RSN-O
- Vitamin-Komplex
- Proteine



Georg Dralle
Hamburg



Entwickelt und hergestellt
in den haarwissenschaft-
lichen Forschungslabora-
torien Georg Dralle, Hamburg.

NERIL gibt es in Apotheken,
Drogerien, guten Coiffeur-
Geschäften und Fach-
Abteilungen der Warenhäuser.