

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 105 (1979)  
**Heft:** 39

**Artikel:** Prominent sein um jeden Preis?  
**Autor:** Heisch, Peter  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-622646>

### **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>**



# Prominent sein um jeden Preis?

Prominent sein ist vor allem eine recht kostspielige Angelegenheit. Das ist nicht nur so eine kühne Behauptung von mir, sondern eine leidige Erfahrungstatsache. Den Beweis dafür kann ich jederzeit schwarz auf weiss antreten.

Zu wiederholten Malen schon bekam ich nämlich die höfliche Aufforderung, ein Formular für die Neuauflage eines «Who's who» auszufüllen, das nicht weniger als 30 000 Namens-texte der Prominenz aus Politik, Wirtschaft und Kultur enthalten soll. Abgesehen davon, dass ich dieses ominöse «Who's who» zunächst für eine Unterabteilung der Weltgesundheitsorganisation hielt, bin ich mir der damit verbundenen Ehre natürlich voll bewusst, weiss allerdings nur nicht so recht, womit ich sie überhaupt verdient habe. Bis jetzt hatte ich noch nie das Vergnügen, die Schirmherrschaft eines Schutzverbandes zur Verbreitung von Humor und der Rettung der Satire (SV HuReSa e. V.) übernehmen zu dürfen, was ohnehin ein ziemlich aussichtsloses Unterfangen wäre. Weder habe ich jemals im Ritz übernachtet, pardon: genächtigt, im Baur au Lac gespeist noch bei Käfer in München meine Kaviar-Partybrötchen bestellt. Ich bin nicht einmal im Besitze eines alle Hindernisse und Schranken durchbrechenden Presseausweises und geniesse daher auch nicht die verbilligten Flugtarife. Ebenso wenig wird man mich an einem Presseball antreffen, obwohl sich dort, dem Vernehmen nach, die Prominenz ein Stelldichein geben soll. Welcher Fehlinformation über meine Person muss also der Herausgeber, als der (ausgerechnet!) ein Verlag für Industrie- und Wirtschaftswerbung in Berlin verantwortlich zeichnet, aufgesessen sein!

Oder will man mich etwa für dumm verkaufen? Ja, verkaufen ist, glaube ich, der richtige Ausdruck dafür; denn natürlich ist die Offerte, prominent zu sein, nicht ganz umsonst. Sie kostet immerhin eine Kleinigkeit von DM 20.- pro veröffentlichte Textzeile. Inklusive MWSt, was wohl Mehrwertsteuer bedeutet. Und die ist, zumindest in diesem Fall, völlig angebracht. Warum sollte der Staat aus dem subjektiv empfundenen «Mehrwert» der Spitze unserer Gesellschaft nicht

schliesslich auch sein Kapital schlagen? Dafür hat der im Prominentenverzeichnis Erfasste allerdings das Anrecht auf Bezug eines Exemplars von «Who's who». Zum Vorzugspreis von DM 230.-! Natürlich kann der frischgebackene Prominente auf den Erwerb des teuren Werkes auch dankend verzichten. Aber dann bleibt fraglich, was die ganze Uebung für einen Zweck hätte, wenn er nicht einmal die Genugtuung empfinden könnte, seinen eigenen Namen inmitten so vieler grosser Berühmtheiten lesen zu dürfen.

Meine Biographie bräuchte das Licht der Öffentlichkeit zwar nicht zu scheuen. Dass ich mich, mangels Gelegenheit, noch niemals wegen Steuerdelikten oder Wirtschaftskriminalität hatte verantworten müssen, wird mir hoffentlich nicht als Makel ausgelegt. Einige Schwierigkeiten bekäme ich lediglich bei der Frage nach

Orden und Ehrenzeichen. Immerhin könnte ich mich als Ritter von der traurigen Gestalt ausgeben und mit berechtigtem Stolz auf zahlreiche Beschwerdebriefe und entrüstete Zuschriften aus Leserkreisen verweisen. Unter der Rubrik «Bedeutende Vorfahren» würde ich nicht zögern, meine beiden Grossväter aufzuführen. Der eine war ein respektabler Führer, nämlich Trambahnführer in Strassburg, der andere nahm als junger Freiwilliger beim Boxeraufstand in China teil, von dem er allerdings leider als überzeugter Pazifist heimkehrte. Uebrigens gibt es in unserer Familie eine beachtliche Reihe von Wegelagerern, Strauchdieben und Rosstäuschern, die sich unter den Usurpatoren, Defraudanten und Hochstaplern des «Who's who» gewiss in guter Gesellschaft befänden.

Es kribbelt mir bereits in den Fingerspitzen. Die Versuchung, den Fackel doch noch auszufüllen und dadurch prominent

zu werden, ist gross. Doch wenn ich an die daraus entstehenden Kosten denke, komme ich als sparsamer Mensch rasch wieder zur Vernunft. Aus diesem Grunde halte ich das Vorgehen der Prominentenmacher von «Who's who» für ein nachahmenswertes Prinzip. Wer gerne prominent sein möchte, der soll gefälligst auch dafür bezahlen. Manche Zeitungsverleger wären gut beraten, wenn sie diesem Beispiel folgen und sich über die Klatschspalten neue Geldquellen erschliessen würden. Die menschliche Eitelkeit ist unerschöpflich. Und solange jemand im Gespräch ist, ist er schliesslich gut im Geschäft.

Auf den ersten Blick erscheint es, als habe irgend jemand bei «Who's who» Prominenz mit Solvenz verwechselt. Aber wenn man sich etwas näher umsieht, ist der Unterschied oft gar nicht einmal so gross.

