

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 110 (1984)
Heft: 39

Artikel: Automaten
Autor: Keiser, Lorenz
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-617223>

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>

Automaten

Dies ist das segensreiche Zeitalter der Automatisierung. Täglich und überall benützen wir Automaten, die uns das Leben erleichtern. Wir stecken Geld, Karten, Schlüssel in irgendwelche Schlitze, drücken auf blinkende Knöpfe, warten Summ- und Pfeiftöne ab, lesen digitale Schriften oder empfangen etwas, das aus geheimnisvollen Maschinenbäuchen zutage gefördert wird. Vom Getränkeautomaten über den Geldwechsler und das Alibiphon bis zum Parkingmeter und zum Billettautomaten sind unsere maschinellen Freunde so allgegenwärtig, dass sie uns schon gar nicht mehr auffallen.

Einer der wichtigsten Automaten im Lande der wuchtig verworfenen Bankeninitiative ist jedoch der *Bancomat*. Er ist so wichtig wie das tägliche Brot, oder doch zumindest Voraussetzung dafür. Den *Bancomat* kennt bei uns schlichtweg jeder. Aber trotz seiner Präsenz an jeder zweiten Ecke ist in unserem Land

noch viel Platz für neue Automaten mit neuen Aufgaben.

Den Anfang hat nun eine Firma gemacht, die zurzeit mit einer Prospektaktion den *Tankomat* lanciert. Da Markenbezeichnungen, die sich an bereits gut eingeführte anlehnen, normalerweise ein schneller Erfolg beschieden ist, bin ich sicher, dass wir schon bald mit dem *Schlankomat* rechnen dürfen. Wir werden «pro Benützung garantiert 1 Kilogramm Gewicht verlieren».

Auch den *Zankomat*, das Gerät, das sich um Ehezwistigkeiten kümmert, wird bald jeder zu Hause haben wollen. Dann ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis wir uns nach auswärtigen Zechgelagen auf den *Schwankomat* stellen, der uns anhand des gemessenen Körperschwankens den Alkoholgehalt im Blut mitteilt und uns sagt, ob es noch ratsam sei, nach Hause zu fahren, oder nicht. Wir werden uns natürlich nicht an seinen Ratschlag halten, trotzdem heimfahren und,

wenn wir Glück gehabt haben, dem *Gott-sei-Dankomat* einen Franken spenden. Wenn wir dies allerdings zu häufig praktizieren, werden wir uns mit dem letzten Geld bald einen *Mankomat* anschaffen müssen. Anstatt den Arzt werden wir den *Krankomat* konsultieren und anstatt den Coiffeur den *Punkomat*.

Irgendwann wird das Potential an anlehnungsträchtigen -omaten natürlich ausgeschöpft sein, aber der sprachlichen Vielfalt sind ja auch im Zeitalter der Automatisierung keine Grenzen gesetzt. Schliesslich sind auch *Postomat*, *Closomat* und *Aromat* schon seit längerem bestens eingeführt. Erst der *Tomomat*, bei dem man abends vergessenes Gemüse einkaufen kann, dürfte gewisse sprachliche Probleme bringen. Aber Sie haben natürlich recht, nach einem *Tomomat* wird gar nie eine Nachfrage bestehen. Wer vergisst schon, Tomaten einzukaufen?

Im Gegensatz dazu wäre der

Bundesratomat nicht nur wohllingender, sondern auch unvergleichlich viel nützlicher. Stellen Sie sich vor, der würde bereits existieren, der hätte den Durchschnitt zwischen Tempo 100/130 und 80/100 sicher genauer auszurechnen vermocht, als dies dem heutigen Kollegium gelungen ist. Zugegeben: Selbständig entscheiden könnte der *Bundesratomat* vielleicht nicht, aber wo ist da der Unterschied zum *Bundesrat*?

Übrigens: Was haben Sie am Sonntag gemacht? Gehören Sie auch zu denen, die wieder einmal einen *Urnomat* gebraucht hätten, um ihrer Bürgerpflicht nachzukommen? Auch wenn Sie zu den anderen gehören, die noch abstimmen gehen, hätte Ihnen ein *Urnomat* nützlich sein können. Dieses Gerät müsste im Gegensatz zum *Bundesratomat* natürlich schon selbständig denken können. Man könnte nur die Abstimmungsvorlagen eingeben, und das Gerät würde objektiv entscheiden. Der *Urnomat* hätte



Die Villiger-Marken gehören in der Schweiz zu den weitaus beliebtesten.

Sie werden aber auch exportiert nach ungezählten Ländern in allen Kontinenten.

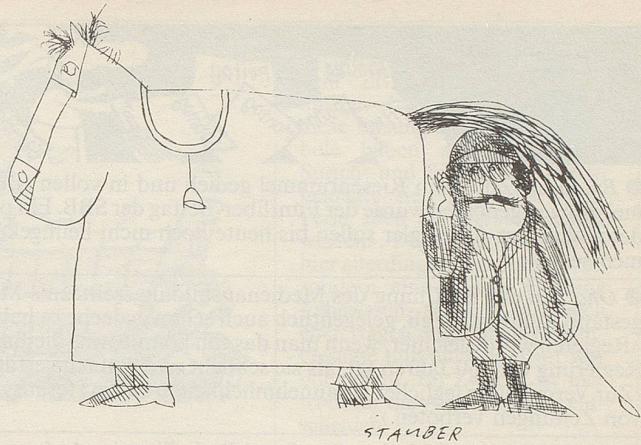
sich auf jeden Fall nicht solche Angst vor der Atom- und Energieinitiative machen lassen wie Sie! Da sehen Sie nur, wie segensreich die Automatisierung noch werden kann.

PS. Entschuldigen Sie bitte die politisch unausgewogene Bemerkung, aber mein *Satiromat* lässt sich von mir überhaupt nicht drehen. Er läuft eben mit Solarzellen. Wahrscheinlich kommt's daher.

Chauvinismus made in Switzerland

Der ABC, was hier für die amerikanische Fernsehkette American Broadcasting Corporation steht, wurde während der Olympischen Spiele in Los Angeles wiederholt jener einseitige und überspitzte Patriotismus vorgeworfen, den wir mit dem abgegriffenen Wort Chauvinismus uns besser verständlich machen wollen. Dabei trifft der Tadel immer den andern. Als gar Ryffels Silber-Lauf den ABC-Leuten «entgangen» war, war das Mass voll: «TV-Chauvinismus».

Wir erinnern uns an eine Dameneuropameisterschaft der Curlerinnen in einem Walliser Wintersportplatz, wo zwei Zürcher Teams die ersten Ränge belegten. Bronze gab's für eine Equipe aus dem Rhonetal. In den einheimischen Zeitungen wurde am Montagmorgen der Erfolg der Walliserinnen in Bild und Wort gefeiert, während die Zürcherinnen mit keiner Zeile Erwähnung fan-



den. Wenige Jahre später an einer Europameisterschaft in Schweden, wo die Herren des Dreikronenlandes schon vor den Halbfinals ausschieden, die Damen aber mit Gold ausgezeichnet wurden: eine der grossen Tageszeitungen Stockholms berichtete überschwänglich vom Sieg der Schwedinnen. Dass «nebenbei» noch eine EM der Herren stattgefunden hatte, die – es sei nebenbei verraten – von der Schweiz gewonnen wurde, war nicht meldenswert.

Man soll vergessen können. Aber Vergesslichkeit zum Selbstschutz ist gefährlich. Die nüch-

terne Rückschau liefert oft ein sichereres Mass für die angemessene Kritik, als der täuschende Augenblick. Der Patriotismus der Amerikaner wurde schliesslich durch einen beeindruckenden Medaillensegen gerechtfertigt, der nicht zuletzt durch das Fernbleiben einiger Nationen ausgelöst worden war. Man müsste mit dem spitzen Finger auf die Boykotteure zeigen, statt sich über den Chauvinismus einer Gesellschaft (ABC) aufzuhalten, die kaum anders handelte als die Medien im eigenen Glashaus (siehe oben).

Lukratius

GALERIE AMBiance

Cysatstrasse 15, Luzern
28. September
bis 31. Oktober 1984

Cartoons von
Jiří Slíva
Prag

Öffnungszeiten:
Mittwoch 19.00 bis 21.00 Uhr
an Samstagen 10.00 bis 12.00 Uhr
und 14.00 bis 17.00 Uhr
oder nach Vereinbarung
Tel. 041-51 38 78 / 23 73 64

An advertisement for Villiger-Kiel cigarettes. The main focus is a pack of 'Villiger-Kiel aroma-mild' cigarettes, which are green and feature the brand name in large, bold, yellow letters. The pack is shown in the foreground, slightly angled. In the background, there is a group of people in a social setting, possibly a bar or a pub. One man in the center is smoking a cigarette. The overall atmosphere is casual and social. The text 'ghört de zu' is written in a stylized, cursive font across the bottom right of the advertisement. The letter 'K' is located in the bottom right corner of the page.