

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 110 (1984)  
**Heft:** 44

**Artikel:** Das Matterhorn  
**Autor:** Keiser, Lorenz / Stauber, Jules  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-618456>

### **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>**



Lorenz Keiser

## Das Matterhorn

Das Matterhorn ist kleiner geworden. Nur ein bisschen, ich weiss nicht genau, wieviel. Das Matterhorn ist auch leichter geworden. Auch nur ein bisschen, aber da weiss ich genau, wieviel. 400 Kilogramm leichter ist es geworden, denn sie haben aus der Spitze zwei Felsbrocken von je 200 Kilogramm Gewicht herausgeschlagen.

«Wer tut denn so etwas?» werden Sie jetzt vielleicht ungläubig fragen. Es waren keine Nachtbuben wie die, die in frevler Kühnheit der Meerjungfrau von Kopenhagen kürzlich den Arm absägten. Nein, es waren ehrbare Leute, die das Tageslicht nicht zu scheuen brauchen, besonders nicht das Tageslicht unserer Tage: Es waren Werbefachleute. Und diese Werbefachleute schicken die 400 Kilogramm matterhornischen Felsgesteins nach ... na wohin denn? ... nach Amerika. Dort stehen sie dann, die 400 Kilo, und werben für Ferien in unserem Land.

Einige Schweizer, ich schätze, es dürften nicht wenige sein, werden sicher finden, dies sei ein Sakrileg ersten Ranges, unser Matterhorn derart zu verletzen. Ich finde das nicht besonders tragisch, denn erstens hat das Matterhorn schon grössere Erosionskräfte gesehen, als die PR-Hämmerchen von ein paar werbewütigen Verkehrsdirektoren, und zweitens wird die 400-Kilo-Ab-speckungskur spätestens in einem Jahr durch Bleiablagerungen aus der Luft wieder wettgemacht sein. Was mich an der Sache beschäftigt, ist etwas ganz anderes: Ich persönlich muss (vielleicht zu meiner Schande) gestehen, dass ich das Matterhorn erst einmal und nur aus grösserer Entfernung gesehen habe. Da war das Matterhorn ziemlich klein, und der Eindruck, den es auf mich gemacht hat, auch.

Nun bin ich also mit der Tatsache konfrontiert, dass ich als Schweizer in Amerika von einem Stück grauen Granits repräsentiert werde, mit dem ich mich nicht im geringsten verbunden fühle. Ohne jemandem zu nahe treten zu wollen, wage ich, zu behaupten, dass es wahrscheinlich den meisten Schweizern ähnlich ergeht. Hand aufs Herz, wer fühlt sich schon angemessen repräsentiert von einem leblosen Stück Bergspitze aus der hintersten Ecke unseres Landes? Das wird uns doch nicht gerecht! Da stehen sie dann da, die Amerikaner, vor dem grauen, unbebauten Eruptivgwägg und rufen aus: «O, gorgeous! Look that dumb grey piece of rock, it is like all Swiss people are!» Das haben wir dann davon, und das

ist es, woran die Zermatter Werber nicht gedacht haben, als sie Hammer und Meissel schulterten.

Viel angemessener wäre es gewesen, angemessener sowohl unseren materiellen wie unseren geistigen Werten, ein 400-Kilogramm-Stück aus der Mauer der Kreditanstalt am Paradeplatz herauszuschlagen. Denn ob es uns gefällt oder nicht, der Bauer, der auf dem Matterhorn jodelnd eine fahnenschwingende Kuh melkt, gehört der Vergangenheit an. Der Bänkler aber, der auf der Bahnhofstrasse Belege schwingend eine brodelnde Marktlage melkt, ist Gegenwart. Das heisst, er schwingt natürlich keine Belege der Bänkler, genauso wie die Kuh nicht Fahnen schwingt, das meinen nur die Amerikaner, nein, dem Bänkler sieht man nichts an, wenn er melkt.

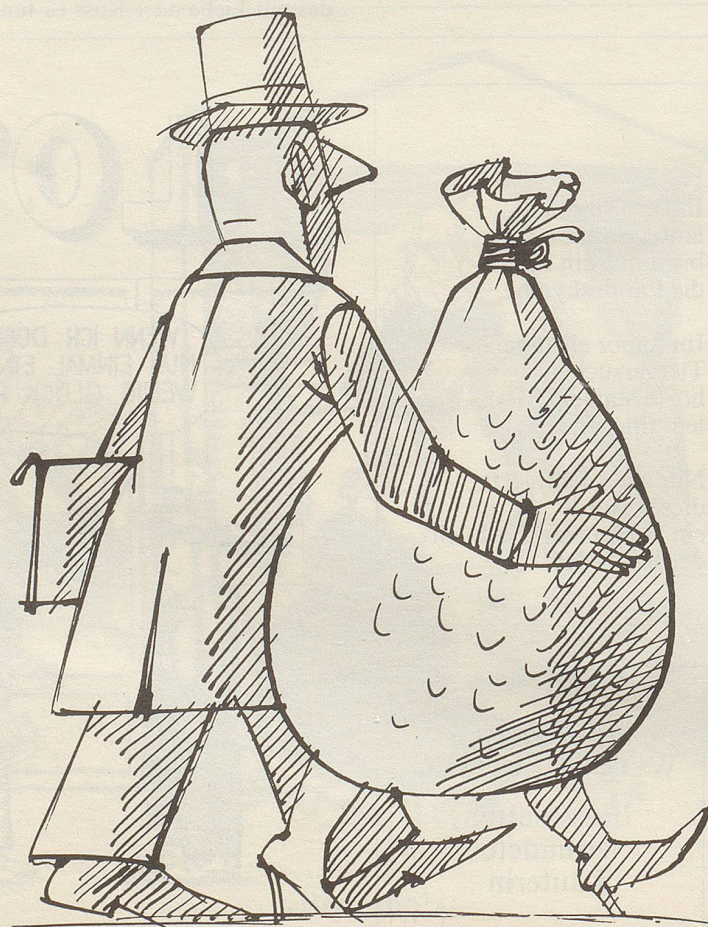
Gegen diese Idee wäre einzig einzuwenden, dass sich die besagte Bank am Paradeplatz vielleicht wehren könnte. Und dieser Einwand ist natürlich gewichtig. Vielleicht würden sich gar alle Banken miteinander dagegen wehren, dass an ihren Fundamenten geknabbert wird. Zum Beispiel mit einem gemeinsamen Brief an alle Schweizer Haushalte, wie wir das dieses Jahr schon einmal erlebt haben.

Eine andere Möglichkeit wäre, in Amerika zu zeigen, was wir hier produzieren. Milchpulver zum Beispiel. Aber auch da höre ich den Einwand schon. Wir besitzen gar nicht mehr genügend Milchpulver, um es für Public-Relations-Zwecke nach Amerika zu schicken. Schliesslich überfluten wir schon ganz Afrika damit. Was produzieren wir denn noch,

hier in der Schweiz, ausser dem ewigen Käse und der noch ewigeren Schokolade? Armut produzieren wir, haufenweise Armut, aber halt, nein, nein, das geht nicht, die produzieren wir ja nicht hier, sondern möglichst weit weg. Hier produzieren wir den Reichtum, und so erscheint doch das Mauerwerk der Bank wieder als approbatestes Exportprodukt für Werbezwecke.

Wir müssten irgend etwas finden, das wir hier haben und das schon von der Sache her dazu prädestiniert ist, in fremde Länder geschickt zu werden. Etwas, das förmlich in die Fremde gehört, und dort, wenn möglich erst noch einen positiven Werbeeffect für uns erzielt. So einfach ist das gar nicht. Aber doch, natürlich, wir haben ja etwas, das all diesen Anforderungen genügt: Die Fluchtgelder! Schicken wir doch statt 400 kg Matterhorn 400 Millionen an Fluchtgeldern in die Länder, wo sie hingehören. Schicken wäre sogar das falsche Wort, zurückschicken müsste man sagen. Da würden auch die Vereinigten Staaten etwas bekommen, wengleich vielleicht nicht den Löwenanteil. Der ginge wahrscheinlich nach Südamerika, nach Asien und Afrika. Der Werbeeffect wäre gewiss gewaltig, wenn da verteilt würde; wenn plötzlich ein brasilianischer Bauer sein Land zurückkaufen könnte, von dem er vertrieben worden war, weil ein internationaler Konzern eine Grossplantage errichten wollte. Wenn in Afrika plötzlich Entwicklungshilfegelder wieder vorhanden wären, die ein paar Staatsspitzen auf ihre Privatkonten in der Schweiz umzuleiten pflegten. Ja, eine solche Werbeaktion würde uns Schweizer in einem andern Licht zeigen, als die eingangs beschriebenen Felsformationen.

Falls sich jemand findet, der diese Aktion durchführen möchte, bittesehr, ich verlange nichts für die Idee. Aber es wird sich niemand finden. Das Zielpublikum ist das falsche. Denn selbst nach der Rückzahlung von Fluchtgeldern wird sich weder der brasilianische Bauer noch das afrikanische Hungerkind Ferien in der Schweiz leisten können. Nein, ich sehe ein, dass ich nicht zum Werbefachmann taue. Und deshalb trage ich meinen Hammer und meinen Meissel auch nicht aufs Matterhorn.



Tafel im Kennedy Airport:  
«Die besten Dinge im  
Leben sind zollfrei.»