Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin

Band: 110 (1984)

Heft: 11

Illustration: Der fröhliche Schnappschuss

Autor: Schütte, Kai

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: 18.11.2025

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



Hinterkrachfultigen

sich anschickt, ein Zentrum des weltweiten Tourismus werden

zu wollen, so ist das mit Proble-

men verbunden. Denn da Hinter-krachfultigen bisher überhaupt

nichts aufweist, das Touristen nicht allüberall finden können,

wo es gezüpfelte Misthaufen und

erst einmal das bauen, was Touri-

sten wollen. Skilifts für den Win-

ter, Campingplatz für den Som-

mer. Beschilderte Wanderwege,

Bänklein am Waldrand, Abfallkörbe an Picknickplätzen, Kiosks

für Souvenirs aus Taiwan und Hongkong, Pommes-frites-Bu-den. Das «Rössli» muss seine

Terrasse überbauen, damit sie

wetterfest wird, und der «Bären»

muss eine Disco einrichten und

das «Kreuz» ins Menü Hämbör-

ger statt Buurewürscht aufneh-

men. Und der Gemeindepolizist

muss eine neue Uniform bekom-

men, damit ihn kein Fremder für

einen Hippie in abgelegten Klei-

dern einer exotischen Armee an-

sieht, und neue Zettel für Park-

bussen müssen gedruckt werden und bunte Ansichtskarten mit

dem Wahrzeichen von Hinter-

krachfultigen: dem anno 1893 im

Stile der florentinischen Renais-

sance erbauten Schulhaus, um-

rahmt von Alpenrosen, Edelweiss

und Enzian, die alle in

Hinterkrachfultigen überhaupt nicht vorkommen. Ausser dem

Enzian, aber der blüht nicht blau,

sondern der fliesst aus Flaschen

Basler Bilderbogen

Hanns U. Christen

Möchten Sie Basel kaufen?

Geranien vor den Fenstern und in verschnapste Kehlen. Und nämlich gemerkt, dass man an ringsum liebliche Hänge hat, auf noch viel mehr muss in und mit denen im Sommer die Kühe und im Winter Fuchs und Has' sich tummeln – also weil Hinter-Hinterkrachfultigen geschehen, bevor es ein Zentrum des weltweiten Tourismus wird. Bezie-hungsweise werden könnte. krachfultigen genauso ein Nest ist wie andere Nester auch, muss es

Alles das aber, verehrte Leserinnen und Leser: alles das kostet Geld. Wenn man ein Zentrum des weltweiten Tourismus werden möchte, so muss man erst saumässig viel Geld ausgeben, bevor auch nur die ersten paar Touristenfranken einrollen. Und wenn man alle die neuen Anlagen gebaut und in sie Geld verlocht hat, so muss man erst noch weitere grosse Haufen teuren Geldes in Werbung stecken. Denn wofür nicht geworben wird, das gilt nichts.

amit sind wir in Basel angelangt. Basel unterscheidet sich von Hinterkrachfultigen nur wenig. Die gezüpfelten Misthaufen auf Basels Strassen sind zwar den Abfallmulden gewichen, statt Fuchs und Has' leben in Basels Quartieren nur noch wilde Kaninchen, aber in den anderen Dingen ist Basel ebenso ein Dorf Hinterkrachfultigen. Nur nicht so lebendig.

Mit Hinterkrachfultigen hat Basel auch die Absicht gemeinsam, ein Zentrum des weltweiten Tourismus zu werden. Basel hat

Touristen recht schön und viel Geld verdienen kann. Touristen sind ja Leute, die zu Hause bescheiden leben und fleissig Geld sparen, das sie dann in ihren Ferien mit vollen Händen für hier ein Bier und dort einen Salatteller verschleudern. Wie schön wär's, denkt man in Basel, wenn das Verschleudern in Basel stattfände! Das denkt man in Hinterkrachfultigen ja auch - beziehungsweise: man denkt dort, dass es schön wäre, wenn die Touristen ihre Batzeli in Hinterkrachfultigen verschleuderten. Nicht in Basel. Man sieht: Basel und Hinterkrachfultigen sind, aller Gemeinsamkeiten, scharfe

Wo Konkurrenz herrscht, da muss die Werbung eingreifen. Die Werbung für Hinterkrachfultigen muss der Menschheit weismachen, dass es auf dieser Welt nur einen einzigen Ort gibt, an dem die Menschheit sich so richtig wohl fühlt. Und das ist Hinterkrachfultigen. Die Werbung für Basel muss der Menschheit weismachen, dass es auf dieser Welt nur einen einzigen Ort gibt, an dem die Menschheit sich so richtig wohl fühlt. Und das ist Basel.

Konkurrenten!

Die Aufgabe, der Menschheit solches beizubringen, hat für Basel das Verkehrsbüro übernommen. Es kann sich, im Gegensatz zu Hinterkrachfultigen, auf eine Tatsache stützen: alles, was Touristen wollen, ist in Basel schon da. Nicht einmal Zettel für Parkbussen muss man neu drukken - sogar die sind zu Zehntausenden bereits vorhanden. Und von Sehenswürdigkeiten wimmelt es nur so. Nur mit der Werbung haperte es bisher. In Basel war man nämlich der Meinung, dass Basel so ungeheuer wichtig und so ungeheuer bekannt und so ungeheuer populär und überhaupt in allem so ungeheuer sei, dass jegliche Werbung völlig unnötig sei. Es wurde einiges an Werbung gemacht, aber das durfte natürlich fast nichts kosten. Man ist in Basel ja völlig davon überzeugt, dass es genügt, wenn man im Bahnhof in einer ausländischen Stadt ein Plakätlein aufhängt, auf dem das Spalentor abgebildet ist - und schon werden zwei Drittel der Bewohner dieser Stadt vom unstillbaren Wunsch ergriffen, Basel zu besuchen und ihr Geld in Basel liegenzulassen.

Verehrte Leserinnen und Leser: solches hat sich geändert! Das Basler Verkehrsbüro hat einen unerhörten Erfolg in seiner Werbung errungen. Es ist ihm geglückt, vom Basler Stadtparlament einen jährlichen Staatsbeitrag von 1,255 Millionen Franken zu erhalten. Es ist ihm ferner geglückt, jedem Gast, der in Basel in einem öffentlichen Bett übernachtet, 1.20 Franken ganz legal zu entlocken. Letzteres nennt sich Gasttaxe. Bisher betrug sie nur 60 Rappen. Bei den Preisen, die man in Basel fürs Übernachten hinlegt, machen die 60 Rappen Mehrkosten nicht viel aus. Fürs Verkehrsbüro aber bedeuten sie Geld, das notwendig ist. Gasttaxen haben ja die gute Eigenschaft, dass sie um so reichlicher fliessen, je mehr Gäste in Basel die Betten besteigen. Je wirkungsvoller die Werbung. desto mehr fliesst aus den Betten in die Kasse.

«Das Verkehrsbüro verkauft Basel» hat der zuständige Regierungsrat im Parlament festgestellt. «Wir müssen Basel verkaufen wie Zahnpasta», stellte kürzlich der Präsident des Verkehrsvereins fest. Verehrte Leserinnen und Leser: gehen Sie bitte hin und kaufen Sie Basel wie Zahnpasta! Aber tun Sie mir bitte den Gefallen und behandeln Sie Basel nicht wie Zahnpasta, wenn Sie Basel konsumiert haben. Zahnpasta speit man nämlich dann

aus ...

Der fröhliche Schnappschuss



Photo: Kai Schütte, Bern

Durch die Reibung entsteht Elektrizität ...

Unsere fröhliche Fasnachts-zeitung ist da! Ein Querschnitt durch die drei schönsten Basler Tage mit Beiträgen von Hanns U. Christen, Meier III und mit vielen Schnitzelbänken.

Läderli-Buus

Verlangen Sie ein Gratisexemplar!