

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 115 (1989)  
**Heft:** 8  
  
**Rubrik:** Spruch der Woche

### **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:** 15.01.2026

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



# Mit Vollwertkost auf Kriegspfad

VON MARCEL MEIER

Nicht nur Dior überrascht jedes Jahr die Modewelt mit neuen Kreationen, auch der sich in den letzten zwei Jahrzehnten mehr und mehr ausweitende Freizeitsport wird laufend mit neuen attraktiven Erfindungen und Entwicklungen beglückt, woraus sich neue, überraschende Verhaltensweisen des Freizeitmenschen ergeben. Die neuen Hits, wie auch die hergebrachten Formen, in neuen Gewändern, werden werbewirksam in sämtlichen Medien propagiert. Ist ja auch lukrativ, das Millionengeschäft mit der Freizeit. Die Sportartikelindustrie zum Beispiel verzeichnete im vergangenen Jahr einen Zuwachs von 13 Prozent. Wie sagte ein Satiriker: «Die Irrwege der Mode sind die Landstrassen des Profits.»

Was früher höchstens an der Fasnacht getragen wurde, das sieht man heute auch beim Wintersport. Möglichst bunt und schreiend muss es sein. Anstelle der Larve – ungünstig wegen der Bräunung – werden seit kurzem bei Skirennen und anderen sportlichen Wettkämpfen Landesfarben auf die Backen gepinselt. Wer sich nicht bunt wie ein Papei und bemalt wie ein Sioux-Indianer auf die Skipiste begibt, ist nicht mehr «in».

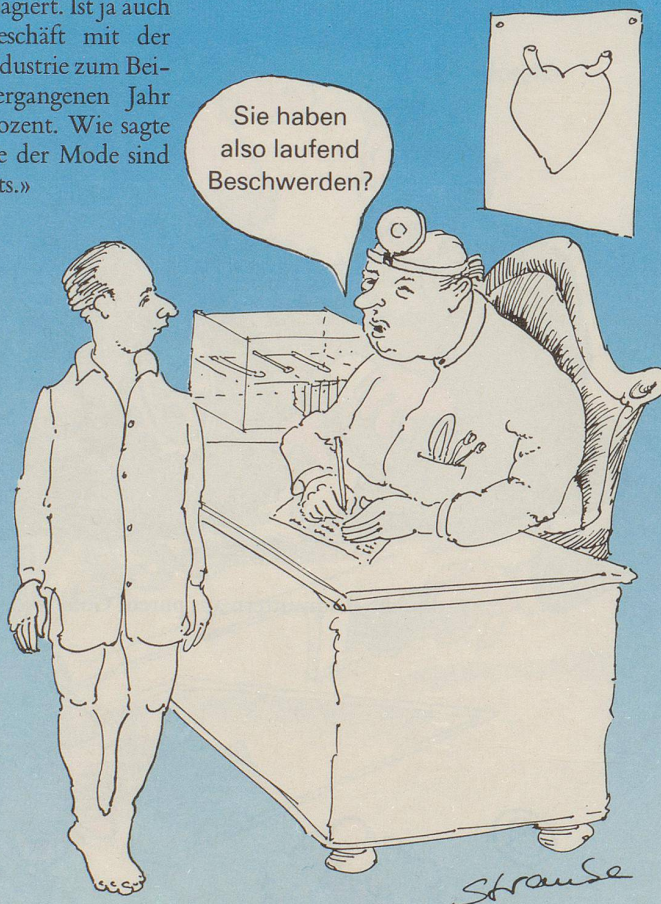
## Flache Uniformität

Das Phänomen der schnell um sich greifenden Uniformierung von Menschen, die auf der anderen Seite grossen Wert auf Selbstverwirklichung und Individualität legen, wäre ein interessantes Forschungsgebiet für Massenpsychoanalytiker.

Noch wichtiger ist für viele, was unter den bunten Anzügen steckt: die Figur. Vorbei sind die früheren Proportionsdiktate durch Korsetts, Mieder und Bauchbinden. Schlaffe Bäuche, schlappe Oberschenkel, traurig hängende Hinterteile sind passé. Wo sich früher höchstens der Embonpoint

wölbte, da müssen wohlproportionierte Formen der Brust, des Po und der Beine treten. Wer früher höchstens beim Bücken rot wurde, wird es heute nur noch, wenn er beim Hantelstemmen zuviel Gewicht geladen hat.

Beim Mann muss der Bauch flach wie ein Brett sein, aber überspannt mit schrägen, straffen Muskelsträngen und der Rücken trapezförmig breit.



Die Damen haben den Coiffeur für das Haar, die Kosmetikerin für das Gesicht und das Fitnessstudio für Bauch und Beine. Die Mehrheit der Frauen fragt in diesen Fitness-tempeln vor allem nach Individualität und Funktionalität, aber weniger nach Sozialisation, wie sie die herkömmlichen Vereine zusätzlich anbieten. Von Jane Fonda und Pamela Ewing haben sie erfahren, wie man zu einer Traumfigur kommt. Um die richtige Silhouette zu bekommen, schwitzen sie an Geräten und Kraftmaschinen, hüpfen zu Aerobic-Klängen und joggen durch Parks und Anlagen.

Die Fitness-, Bodybuilding-, Aerobic-studios sowie die Squash- und Tenniscenters mit entsprechenden Fitnessanlagen haben in den letzten paar Jahren sprunghaft zugenommen. In der Bundesrepublik zum Beispiel sind es bereits zwei Millionen Menschen, die in über 4600 kommerziell betriebenen Sportstudios an ihren Formen herumschneiden. In den dazu gehörenden Restaurants werden darauf abgestimmte Vollwert-, Mineral-, Joghurt-, Sport- und Fitnessmüslis kredenzt. Gefragt sind auch Konzentrate und leistungssteigernde Mixturen, über deren Zusammensetzung allerdings nur der Hersteller Genaues weiss.

## Ben Johnson als Ideal

Für viele junge Amerikaner ist Ben Johnson zum Schönheitsideal Nummer eins geworden. Der Kanadier hat die früheren Idole Rambo und Arnold Schwarzenegger überflügelt. Da Johnson seinen Fabel-Weltrekord über 100 Meter nur mit Hilfe von unerlaubten Mitteln aufstellen konnte, wollen seine Fans mit allen Mitteln an diesen Zauberstoff herankommen. Das Anabolika-Geschäft blüht. Fragt sich, wann die neue Quadrizepswelle à la Johnson nach Europa hinüberschwappt.

Apropos Jogging. Seit einiger Zeit sind Propheten unterwegs, die das Joggen abschreiben und durch Walking ersetzt haben wollen. Ihre Devise lautet *Schonen statt schinden*. Wer wöchentlich dreimal rund 15 Minuten sportlich geht oder trippelt, vermittele seinem Körper jenes Minimum an Bewegung, welches für seine Aktivierung notwendig sei. «Seien Sie froh», so die Befürworter der neuen Welle, «wenn Sie ein völlig verausgabter Jogger überholt. Sie wissen dann, dass Sie es richtig gemacht haben.» Der Prozentsatz der sogenannten «Falschläufer», so behaupten sie, liege zwischen 80 und 90 Prozent.

Jung, fit, dynamisch und wohlproportioniert, das entspricht unserem Zeitgeist. Wer diesem Ideal nachstrebt, der wird erst noch dem elften Gebot gerecht, das da heisst: Du darfst nicht alt aussehen!

Und so unternimmt der zeitgeistbestimmte, moderne Mensch alles, um einmal möglichst fit zu sterben.

## Spruch der Woche

«Geld spielt keine Rolex!» *ur*