

# Sie steigern das Bottasozialprodukt

Autor(en): **Balzli, Beat**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **116 (1990)**

Heft 22

PDF erstellt am: **03.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-608117>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Sie steigern das Botta

VON BEAT BALZLI

Sie, die Corbülani, gehören zu unseren Mitmenschen. Corbülani brauchen Mitmenschen. Corbülani nützen den Mitmenschen. Corbülani fürchten Mitmenschen. Und eben, Corbülani steigern das Bottasozialprodukt. Das Land befindet sich in einer Hochkonjunktur. In einer Hochkonjunktur haben Corbülani Hochkonjunktur. Corbülani sind meistens jung und dynamisch. Corbülani sind meistens sehr nett und immer guter Laune. Sie sind meistens einverstanden mit dem System, und sie stehen immer voll hinter ihren Entscheidungen («Ich habe mich entschieden, niemals dick zu werden.»)

Summa summarum alles Eigenschaften, die an sich nicht weiter der Rede wert wä-

ren, wäre da nicht noch ihre ganz spezifische Persönlichkeitsstruktur. Eine Struktur, die nicht durch ihre innere Beschaffenheit glänzt, sondern durch die Art und Weise, wie sie sich der Corbülani beschafft. Folglich ist der Corbülani keine Persönlichkeit, sondern er besitzt eine Persönlichkeit.

*Er erwirbt einen Bottastuhl nicht, um darauf zu sitzen (was auch unmöglich ist).*

Der Corbülani kauft sich also seine Persönlichkeit beziehungsweise die Persönlichkeit wird ihm zum Kauf angeboten. (Eine wichtige Differenzierung gegenüber dem

konventionellen Mitmenschen, der ganz banal kauft.) Seine Persönlichkeit präsentiert sich um so schillernder, desto mehr er den untätigen Kaufangeboten ihm gegenüber stattgibt. Somit erwirbt er zum Beispiel einen Bottastuhl nicht, um darauf zu sitzen (was auch unmöglich ist), sondern um hinter dem betreffenden zu stehen. Getreu nach dem Prinzip der Corbülani, hinter allen Entscheidungen (sprich Kaufentscheidungen) ihres Lebens zu stehen, die sie zur Schau stellen.

Selbstverständlich haben diese Entscheidungen einen viel höheren Komplexitätsgrad, als es auf den ersten Blick scheinen mag. Der Erwerb des Objektes will wohl überlegt sein. Gilt es doch, sich mittels dieses ganz speziellen Gutes ein weiteres Stück Aura einzuverleiben; mit ihm sozusagen einen Bund fürs Leben einzugehen. Zual-



# sozialprodukt

lererst müssen Herkunft und produzierte Stückzahl untersucht werden. Es versteht sich von selbst, dass eine ausländische Herkunft und eine niedrige Stückzahl die Wertschätzung des Corbülani positiv beeinflussen. Ausschlaggebend aber ist der Designer des Untersuchungsgegenstandes. Zu diesem Zweck durchforstet der Corbülani Stammbäume angesehener Gestalter (Le Corbusier, Colani, Botta, ...). Zusätzlich analysiert er deren Freundeskreis, Nachbarn und ehemalige Schulkollegen.

---

*Hauptsache, das Zeug ist teuer.*

---

Falls nun die finanziellen Mittel zum Erwerb eines Originalstückes nicht ausreichen, besteht die wahre Kunst darin, Produzenten aus dem Umfeld der Berühmtheiten zu entdecken. Hat zum Beispiel der Bruder der Cousine des früheren Hausabwärts von Le Corbusier eine Kaffeemaschine entworfen, so birgt diese einen unvorstellbaren Wert in sich. Ganz abgesehen von der Einzigartigkeit des Kaffeegeschmacks, der förmlich eine «Hommage» an Le Corbusier darstellen würde.

Durch ständiges Wiederholen dieser Prozedur sammelt der Corbülani die Steine seines Persönlichkeitsmosaiks zusammen. Und mit jedem Steinchen wächst sein Ansehen in den Augen seiner Corbülani-Gemeinde. Ähnlich einem Anlageberater stellt der Corbülani ein Charakteren-Portfolio zusammen, von dem er sich das faszinierendste Psychogramm verspricht. Dabei gelten gewisse Grundkonstanten als gewichtige Aurakennzahlen. So hat beispielsweise ein Corbülani mit Parkett in seiner Behausung (bei der heutigen Wohnungsnot eine grosse Herausforderung im Corbülani-Dasein) extrem mehr Wert als ohne Parkett. (Von der Möglichkeit einer Kompensation dieses Persönlichkeitsmangels durch echte Deckenstukkatur wird in diesem Beispiel abgesehen.)

Übrigens reicht dem nicht ganz so ambitionierten Corbülani auch schon die japanische Schlafortur, Fouton genannt, oder die asymmetrische Avantgardebrille als (An-)Erkennungszeichen. Hauptsache, das Zeug ist ungeheuer teuer.

Doch trotz seiner hochstilisierten «Lebensphilosophie» stellt der Corbülani, nüchtern betrachtet, nichts weiter dar als ein bedauernswertes Produkt des erlebnisorientierten Marketings. Eine emotionenbefriedigende Verkaufsstrategie («designed by ...»), welcher der Corbülani voll auf den Leim geht. Aber abgesehen von dieser «kleinen», durchaus menschlichen Schwäche, vereint der Corbülani Heldenattribute von unschätzbare Grösse in sich. Denn seine sogenannte Schwäche hat ihn dazu bewogen, sich unerschrocken zum Samariter unserer gesättigten Konsummärkte aufzuschwingen. Der Retter der beinahe stagnierenden Umsatzzahlen frisst heute den elitär gefärbten Werbekampagnen brav aus der Hand.

---

*Ein bedauernswertes Produkt des erlebnisorientierten Marketings.*

---

Die «Lifestyle»-Dealer haben ihn fest an der Nadel: «Der neue Uno hat sich Deinen Lebensstil zum Vorbild genommen. Für sein neues Design, mit dem er schnittig, selbstbewusst und wendig auffährt. Für sein gestyltes Interieur, damit das Fahren noch komfortabler wird. Und mit den vielen zusätzlichen Extras wie elektrische Fensterheber, Schiebedach, bekommt Dein neuer Uno einen ganz besonderen Auftritt. Genau wie Du. – Der neue Uno, ein Teil von Dir.»

Des Corbülani Sucht nach käuflicher Abgrenzung kennt also auch bei seinen «Körperteilen» keine Grenzen. Zu seinem Unglück ist er dabei nicht unkonventionell, sondern höchstens fürchterlich speziell konventionell. Der Rede ganz kurzer Sinn: Mit den Corbülani lässt sich zwar keine schweizerische Revolution gewinnen, dafür der Wettbewerb um die höchste Wachstumsrate des Bottasozialprodukts. Was will man/frau mehr? Ehre dem «self-buy hero». Ehre, wem Ehre gebührt.

**Übrigens ...**

**Verstand ist etwas, das man verlieren kann, ohne es je besessen zu haben. am**

## SPOT

### ■ Tragbares

Auf einem Plakätchen im Tram mit einem Korb als Blickfang steht zu lesen: «Schön, dass Sie dem Auto einen Korb geben und einen neuen mit dem Tram holen!» *ea*

### ■ Tellengofen

Zur fichenbedingten Weigerung der Kulturschaffenden, für die eidgenössische 700-Jahr-Feier den Geist zu rühren, meinte die *Basler Zeitung*: «So sieht das dann aus: Mit dem falschen Argument auf der falschen Scheibe einen Zwölfer geschossen.» *oh*

### ■ Mannen

Der Kabarettist Werner Schneyder beklagt: «Wo ist auf dieser Welt denn noch irgend was verlässlich, ausser den Männern in Appenzel?» *oh*

### ■ Blei-Füsse

Über die Verzerrung von Regierungssystemen sagte Volkswirtschaftler Rudolf Hans Strahm: «Von 46 Ständeratssitzen verbleiben, bedingt durch Wahlverfahren, nur gerade 6 für SP und Landesring, neben 40 Bürgerlichen. Die Übermacht der extrem Konservativen übersteigt das Demokratie-Mass. Die Stimmkraft eines Appenzel-Innerrhoders hat beim Ständerat 35mal mehr Gewicht als die eines Berners!» *ks*

### ■ Weg

Werner Mäder von der Kehricht-Verbrennung Zürich: «Immer mehr funktionstüchtige Waren wie Möbel, Fernseher, Computer landen bei uns auf dem Müll!» *-te*

### ■ Schweige-Pflicht

Die Bieler Ärztin Regina Siegenthaler will sich weder von der Ärztesgesellschaft noch von der Krankenkasse in die Buchhaltung sehen lassen und befiehlt «Einstellung jeglicher Überprüfungen». Dazu meint die *Berner Zeitung*: «Honorare gehören ja nun wirklich zum Arztgeheimnis, selbst im vertrauten Kreis unter Standesgleichen.» *-te*