

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 116 (1990)
Heft: 22

Rubrik: Spot

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: 12.01.2026

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

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 Schlaftortur, 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, vereinigt der Corbülani Heldenattribute von unschätzbarer 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's 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's 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 Plakätschen 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 röhren, meinte die *Basler Zeitung*: «So sieht das dann aus: Mit dem falschen Argument auf der falschen Scheibe einen Zwölfer geschossen.» *oh*

Männer

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

Blei-Füsse

Über die Verzerrung von Regierungs-Systemen sagte Volkswirtschaftler Rudolf Hans Strahm: «Von 46 Ständeratsitzen 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 Appenzell-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 Ärztegesellschaft noch von der Krankenkasse in die Buchhaltung sehen lassen und befiehlt «Einstellung jeglicher Überprüfungen». Dazu meint die *Berner Zeitung*: «Honorable gehörten ja nun wirklich zum Arztgeheimnis, selbst im vertrauten Kreis unter Standesgleichen.» *-te*