

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 116 (1990)
Heft: 47

Artikel: Was bringen denn ein paar Falten weniger?
Autor: Surber, Hans / Felix [Puntari, Sreko]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-617800>

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>

Was bringen denn ein paar Falten weniger?

VON HANS SURBER

Karl Feder regt sich zuerst wieder mal auf über den neuesten Auftrag der Redaktion: Zum Stichwort «Herrenkosmetik» einen Text zu verfassen, diese Idee kann doch nur von Männern stammen, die nicht wissen, was auf sie zukommt, wenn das mit den kosmetischen Herren bei den Frauen tatsächlich ankommt. Karl hatte vermutlich noch das Liebes-Kriterium einer jüngst Verflossenen in den Ohren, den letzten Schrei einer ganz bestimmten Gruppe von Emanzen, meist in Schwarz gekleidet und stets ein bisschen analysierend, aber nicht differenzierend, wenn es um Männer geht: «Kurz bevor ich dich kennlernte, haben wir Freundinnen uns mal auf einen Nenner geeinigt: Der neue Mann muss weder schön noch reich sein, weder bodygebildet noch sportlich, weder besonders intelligent noch ein Sexprotz. Therapieerfahrung muss er haben – das bringt's. Mit so einem Mann kann man sich unterhalten und sich vor allem den Macho-Frusk vom Leib reden.»

Zu nah geht ihm das jetzt wieder: für ein, zwei Tage reicht dies zu jener Schreiberin nicht unbekannten Unfähigkeit, überhaupt einmal einen möglichen Einstieg ins Thema zu finden; Gedankenstreik.

Kosmetische Image-Politik

Das genaue Gegenteil wird ja erwartet: Dem schlechten Image des weichen Mannes soll auf die Sprünge geholfen, die Herrenkosmetik emanzipiert werden. Weich muss der Mann ja nicht sein, wenn er gepflegt ist. Trotzdem steht Karl Feder plötzlich kritischen Blickes vor seinem Spiegelbild; zur

REKLAME

HUSTEN?
Zuverlässig helfen
Nattermann
Bronchial- und Hustentees.
Natürlich auch mit
pflanzlichen Wirkstoffen.
NATTERMANN
In Apotheken und Drogerien.

besseren Begutachtung seines Mannsbilds ersetzt er im Badezimmer noch schnell die alte Neonröhre durch eine andere, spezielle, die dem Tageslicht am nächsten kommen soll. Gut – rasieren könnte er sich wieder mal. Dreitagebärte sind in, nicht fünftägige Stoppfelder. Ja, und die Haare vertragen einen Nachschmitt. Geradezu lächerlich jedoch kommt ihm die Vorstellung eines Faceliftings vor. Warum sollte er seine Boxernase korrigieren oder die Krähenfüße unter den Augen wegoperieren? Sie zeugen doch von Lebenserfahrung, was bei Frauen im Grunde genommen Eindruck machen müsste. Eigentlich alles Markenzeichen oder für die Polizei die «besonderen Kennzeichen» und auf jeden Fall das, was einen Charakterkopf ausmacht.

Der Werbung auf die Crème gekrochen

Eher birnenweich kommt ihm dann seine Birne mit Gurken und Masken verklebt vor. Mit Tages- und Nachtcrème das Gesicht, mit Pomade das Haar verschmiert, der Kasten voller Tuben und Töpfchen, die allerlei Kunstwerke versprechen und nichts davon halten. Der Werbung für die Konseroration der weiblichen Schönheit durch die kosmetische Industrie schenkt er ja auch keinen Glauben. «Was bringen ein paar Falten weniger? Ich will doch nicht bis in alle Ewigkeit wie ein Milchbubi aussehen.»

Karl Feder zerbricht sich weiter den Kopf und sucht nach einem Weg zu mehr Stoff: «Frauen müssen her!» Denn nicht nur Bauknecht weiß, was sie wünschen. Ran ans Telefon und mal schüchtern, wie er ist, nachgefragt. «Hoffentlich meinen die jetzt nicht, ich wolle mich auf diese miese Tour an sie ranmachen und verschaukeln mich mit Falschinformationen», schiesst es ihm noch durch den immer noch unrasierten Kopf. Doch schon nimmt das erste seiner Opfer den Hörer ab.

Nach Luft- nun die Duftverschmutzung

Klar empfindet sie eine dezente Duftnote als anregend – und das nicht nur für ihre Nase. Doch nicht die Stinkbomben, die sie in Spanien erlebt hat. «Jeden Mann im Büro konnte man auf 100 Meter an seinem

schwulen Parfum erriechen.» Karl Feder fällt dazu nur ein: «Nein!» Solche duftumwolkte Frauen kann er schon jetzt nicht riechen. Warum soll nun der Mann noch zur Duftverpestung beitragen? Mit einer Duftbelastung, die seiner feinen Weinasse die Poren und Proben verstopft. Wäre ja noch schöner, wenn sich die beiden Geschlechter zu einer Duftattacke sondergleichen zusammenrotten. Karl plant, sollte dieser grösste aller Unfälle je eintreten, seine Küche samt Einrichtung auszubauen, die geliebten Restaurants leidend zu meiden und für seine Gäste keinen Kleider-, aber den Nullduft-Zwang einzuführen. Auf Wachteltragöde Rive Gauche hat er nämlich schon jetzt Nullbock. Bei der Weinprobe riecht er lieber den Korken oder die Himbeere als Sandelholz oder Moschus. Karl ist

sich mit seiner Freundin also einig, doch bleibt er skeptisch.

Eitelkeit – die Achillessehne

Vielleicht hat er ganz bewusst zuerst sie angerufen, die seinen Geschmack mit ihm teilt, aber unter Umständen nicht mit der übrigen Frauen-und-Männer-Welt.

Sein nächster Versuch geht folglich in eine völlig andere Richtung. Was meint wohl die mondäne Kollegin aus der Werbebranche? Sein Herz klopft, die Mitschreibefahnd zittert; er kennt die Überzeugungskraft einer eingefleischten Werbeberaterin. Wenn sie zur Zeit noch eine Herrenkosmetik-Linie betreut, dann gut Nacht mit passender Crème und Maske. Karl wird bleich,

der Schweiss perlt auf der sorgenvoll zerknitterten Stirn. Sie betreut! – und das mit schlagenden Argumenten. Wahrscheinlich liegen gerade die Inseratabzüge auf ihrem Tisch. Von straffer Haut ist die Rede. «Geraide in deinem Alter und mit deinem Lebensstil ...» Davon ist die Rede, dass ja nicht nur Frauenhaut Feuchtigkeit braucht und parentifale Reinigung vom Alltagsschmutz. Gerade nach dem Rasieren, wenn die Haut strapaziert ist. Geschmeidig und wie Pfirsichhaut oder ein Babyfudi sollen die frischrasierten Wangen sein. «Genug! Leuchtet mir alles ein», unterbricht Karl und will dann nur noch eines wissen: Wie steht's mit den Düften?

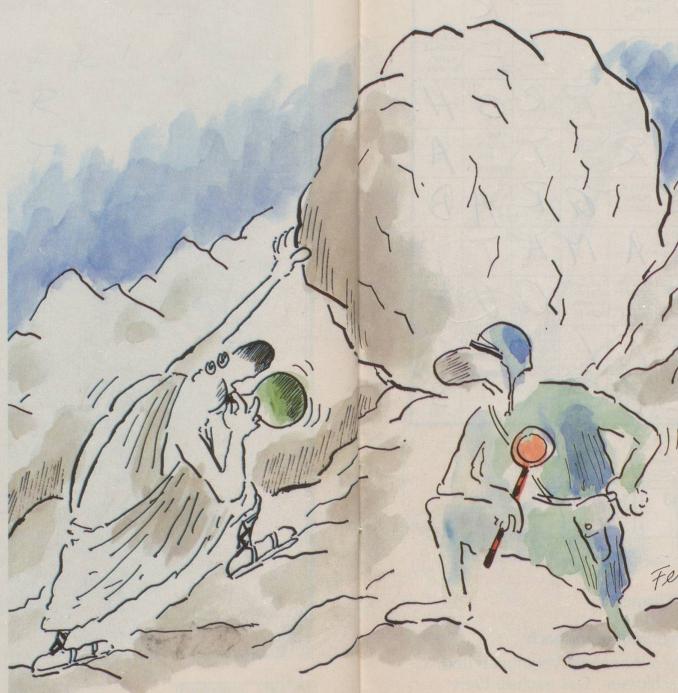
Er atmet auf und tief durch. Seine grösste Angst wird auch von ihr, der Werbantante, entkräftet: «Frau soll dich nur riechen, wenn sie dir nahe kommt oder steht. Immer nur dezent und gekonnt ausgesucht. Der Haut und dem Typ entsprechend. Ich würde dir gerne dabei helfen.»

Abgemacht. Das lässt sich richten. Die hieb- und stichfesten Argumente in Sachen Crèmes, Lotionen, Conditioner (nicht Air-), Tonique (nicht für den Gin) – «Alles im Labor ausgetestet und von Medizinern in Versuchen überprüft» – gehen ihm unter die Haut. Der nächste Schritt führt zurück zum Spieglein an der Wand. «Der Schönste bin ich nicht im Land. Keine Frage. Doch vielleicht lässt sich noch was retten.»

Karl rettet, was noch zu retten ist: Mit den Argumenten seiner Werbefreundin das Aussehen seiner besten Freunde und das Ansehen der Männerwelt. Mit Tuben und Töpfchen Haut und Köpfchen. Mit einem ganzen Programm in Schönheitsfarmen – jährlich zweimal drei Wochen intensiv – die Hülle, in der die verwandelte Seele steckt.

Karl ist gerettet: Denn im aufgemotzten Hinterkopf geistert seine neue Zukunft. Mit siebzig noch so in Form sein wie mit 40, vielleicht mal ein kleines Facelifting, mal den Bauch entfetten – operativ –, die Krähenfüsse sind längst weg, die Nase adonislike gerade.

Was das bringt? «Da stehen doch die jungen Mädchen drauf.» Aus Karl ist ein echter Mann geworden, kraftvoll und dynamisch – wie er es in letzter Zeit in vielen Inseraten fast beschwörend und mehrfach wiederholt gelesen hat ...



Naheliegendes

Falls ein tüchtiger Fernsehkritiker einmal auf eine gelungene Sendung stossen sollte, kann er ja immer noch bekritzeln, sie sei zu lang ...

pin

Sparseminar

Sage niemand, wir seien nicht sparsam. Jetzt bietet sich sogar ein SPARSEMINAR an. Und was soll da gelernt werden? Natürlich: «Steuern sparen!»

oh

Trist

Zum Eishockeyländerspiel «Azzurri» gegen Eidgenossen titelte der Bund: «Am rassigsten war Italiens Hymne.»

ks

Prophet ...

Elso Schiavo beteiligte sich mit einem Briefmarken-Entwurf bei einem Gestalterwettbewerb der japanischen Post. Von den 32 000 Sujets kam sein Entwurf unter die ersten fünf! Für die PTT: Der Grafiker wohnt in Baar ZG ...

te

Enttäuschung

Zur Vorpremiere «Der doppelte Nötzli» traf Walter Roderer in Bern nur 36 Personen an! Ein Journalist: «Ist Bern eine Nummer zu klein für den grossen «Rodii», oder ist der «Rodii» eine Nummer zu klein für das grosse Bern?»

kai

Dies Bildnis ...

Peter Polin (Biel) schuf das Bild «Strömung»: ein Meter hoch und 50 Meter lang; käuflich zu 1200 Franken pro Meter! Warum auch nicht? Es gibt ja auch Bratwurst am Meter!

ks

Früh übt sich!

Die Nordwest Zeitung zeigte ein Herz für Kinder zum Volksfest in Rastede: «Bei der Eröffnung am Freitag mit Freibier sowie Freiluft-Stammtisch kommen ganz besonders die kleinen Gäste auf ihre Kosten.»

kai