Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin

Band: 117 (1991)

Heft: 44

Artikel: Light gläubige dieser Welt, vereinigt Euch!

Autor: Baur, André

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-619537

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: 30.11.2025

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

«Light gläubige dieser Welt, vereinigt Euch!»

Von André Baur

eit geraumer Zeit überrollt uns eine Welle der Leichtigkeit und macht uns das Leben schwer. Man isst heute nicht mehr, man ernährt sich light. Es gibt beinahe nichts, was man nicht auch light bekommen kann: Butter light, Cervelats light, Bier light, Suppen light, Zigaretten light, Cola light und so weiter. Als Höhepunkt der Lightheit verkauft man uns ein gewöhnliches, pures Mineralwasser ohne Zusatz, ohne Aroma, mit nichts als ein bisschen Kohlensäure als Mineralwasser light. Die Leichtigkeit des S(ch)eins verspricht anschei-

nend gute Geschäfte.

Die leichten Mädchen sind keine Erfindung der Neuzeit, sie heissen heute nur anders, es sind die *Light*girls. Was wenig zu tun hat mit dem moralischen Lebenswandel, sehr viel jedoch mit dem Körpergewicht. Sie gaukeln uns in der Werbung vor, es gebe kein höheres Ideal im Leben, als gertenschlank durch das Leben zu schreiten. Sie kommen von ihrem Salatteller *light*, betrachten sich selbstverliebt in jedem Spiegel und halten Ausschau nach bewundernden Männerblicken. Doch die Männer sind im Fitness-Center und schuften sich ab, Fettpolster in Muskelpakete zu verwandeln. *Light*heit gibt es nicht umsonst.

an lebt nicht mehr gesund, um gesund zu bleiben, man lebt *light*, um noch schlanker zu werden. Dagegen wäre an und für sich nichts einzuwenden, gäbe es da nicht die gerissenen Geschäftsleute, die uns die *Light*heit für schwerverdiente Franken verkaufen wollen. Billig sind sie nicht, diese *Light*-Produkte, man kriegt für sein Geld einfach weniger.

Wenn man ständig *light* lebt, wird man unweigerlich nach einigen Tagen Lust auf mehr bekommen. Was tut man? Man geht aus, um in einem guten Restaurant ausnahmsweise zu schlemmen. Und was kriegt man? Ein unter zwei halbrohen Erbsen verstecktes Schnitzel *light*, dekoriert mit einem winzigen Blümchen Blumenkohl. Das ist Leichtigkeit mit Doppelwirkung, man hat *light* gegessen und gleichzeitig das Portemonnaie massiv erleichtert.

Die Werbung will uns davon überzeugen, dass *light* mehr ist als eine Essgewohnheit. *Light* ist eine Lebensanschauung, man ist *light* jung, *light* dynamisch, *light* bekleidet, ist etwas *light* beschränkt, man pflegt zwischenmenschliche Beziehungen *light*, und man geht *lighten* Schrittes in eine schwere Zukunft.

ie Fernsehmoderatorinnen und -moderatoren specken ab, um ins Bild der neuen Lightheit zu passen. Da die Fernsehanstalten den Finger am Puls der Zeit haben, sind lighte Programme gross in Mode. Bedauerlicherweise gibt es Produzenten, die nur über lighte Sprachkenntnisse verfügen, sie glauben, light heisse auf deutsch seicht. Der geistige Gehalt entspricht ungefähr dem eines Luftballons, man blödelt, witzelt, kalauert und gagt, dass sich die Kulissen biegen. Dagegen wirkt der norddeutsche Blödelkönig Otto wie ein seriöser Nachrichtensprecher. Man ist direkt froh, dass die Programme durch Werbung für Light-Produkte unterbrochen werden. Ein Bekannter hat das so ausgedrückt: «Früher habe ich die Werbeblocks dazu benützt, um mir ein Bier zu holen. Heute hole ich mir mein Light-Bier während des Programms, um nicht den geistig höherstehenden Teil zu verpassen!» Ein anderer Bekannter, ein Gourmet, hat sich drastischer ausgedrückt: «Die meisten Light-Menüs schmecken scheusslich, sie haben nur einen einzigen Vorteil, sie lassen sich leichter erbrechen.»

Trotzdem, *Light*heit ist Trumpf. Deshalb ist es an der Zeit, dass sich Gleichgesinnte vereinigen. Gründen wir doch den Interessenverband *light* (IVL). Lasst den Ruf

nach Lightheit durch die Lande schallen.

Lightgewichtige, Lightgläubige, Lightsinnige dieser Welt, vereinigt Euch. Lasst uns lighten Herzens und lighten Sinnes in eine lighte Zukunft schreiten. Wir verpflichten uns, nur noch Light-Produkte zu kaufen. Wir weigern uns, vernünftig zu essen, wir leben light.

Na dann Prost – pardon, na dann light.