

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 119 (1993)  
**Heft:** 10

**Artikel:** Das geldträchtige Schlüsselwort heisst "Früherfassung"  
**Autor:** Weingartner, Peter / Slíva, Jií  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-603357>

### **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:** 07.02.2026

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



Peter Weingartner

# Das geldträchtige Schlüsselwort heisst «Früherfassung»

Geld verdienen in der Rezession? Ist das überhaupt möglich? Bestimmt. Es braucht dazu nur die richtige Idee. Am besten macht man es jenen nach, die es uns vormachen.

Das Rezept ist im Grunde genommen ganz einfach, und ich bewundere zum Beispiel die Computerindustrie, wie sie das geschafft hat.

Was? Es gilt, die richtigen und wichtigen Ämterstellen von der Wichtigkeit seines Produkts, ja der Lebensnotwendigkeit desselben, zu überzeugen. Wie es die Computerbranche geschafft hat, Erziehungsräte und Schulbehörden davon zu überzeugen, dass Volksschülerinnen und Volksschüler möglichst früh und umfassend mit dem neuen Medium in Kontakt kommen, kann – ja muss – einem schon Bewunderung abringen. «Früherfassung» ist das Schlüsselwort.

Es ist doch blauäugig zu meinen, 13-, 14-, 15jährige bräuchten den Informatikunterricht für ihr späteres Leben. Wer's für den Beruf braucht, lernt es in der Berufsausbildung noch früh genug, das Handling. Von Programmen zu schweigen; die überholen sich ja bald mit Überschallgeschwindigkeit.

Natürlich werden das sowohl Lehrer als auch Schulkinder, die Berufsausbildner ebenfalls, vehement in Abrede stellen. Der Virus (nicht jener im Gerät, sondern jener in der Seele), schon früh in Form von Spielen eingepflanzt, der Virus namens «Unterhaltung ist das ganze Leben», hat eben auch die Erziehungsdirektionen befallen. Was natürlich nie jemand zugäbe, denn schon zu viele leben davon.

Ins Fäustchen lacht sich hingegen die einschlägige Industrie. Zwar nicht mehr dergestalt wie in den Anfängen, denn die Konkurrenz auf dem Markt ist gewaltig. Aber das Prinzip ist erkannt.

Es gilt jetzt, passende Produkte zu finden. Produkte, die bei einem breiten Publikum Anklang finden; Produkte, die am besten dank psychologischem oder sonstwie wissenschaftlichem Überbau verbrämt auch noch als überaus sinnvoll angesehen werden.

Und das ist in der Tat nicht so leicht. Trotzdem: Ein Tip sei hier verraten. Woran mangelt es dem heutigen Menschen? Was fehlt auch dem heutigen Schüler, der heutigen Schülerin? Fragen Sie den Mediziner! Die Physiotherapeutin!

Bewegung ist's. Krumme Rücken zuhauf! Der weitere Weg ist nun einfach. Man mache Bekanntschaft mit einflussreichen Persönlichkeiten, dem Kantonsarzt beispielsweise, mit Kantonsparlamentarierin-

nen und -parlamentariern. Vielleicht gar direkt mit Personen, die im Erziehungsdepartement arbeiten. Warum nicht mit der fortschrittlichen Regierungsrätin? Zuerst freilich völlig losgelöst vom Produkt, das verkauft werden soll. Strohmannen und -damen sind sehr zu empfehlen. Es geht ja – objektiv betrachtet – um die Gesundheit unserer Jugend, die bekanntlich das Kapital eines jeden Volkes ist.

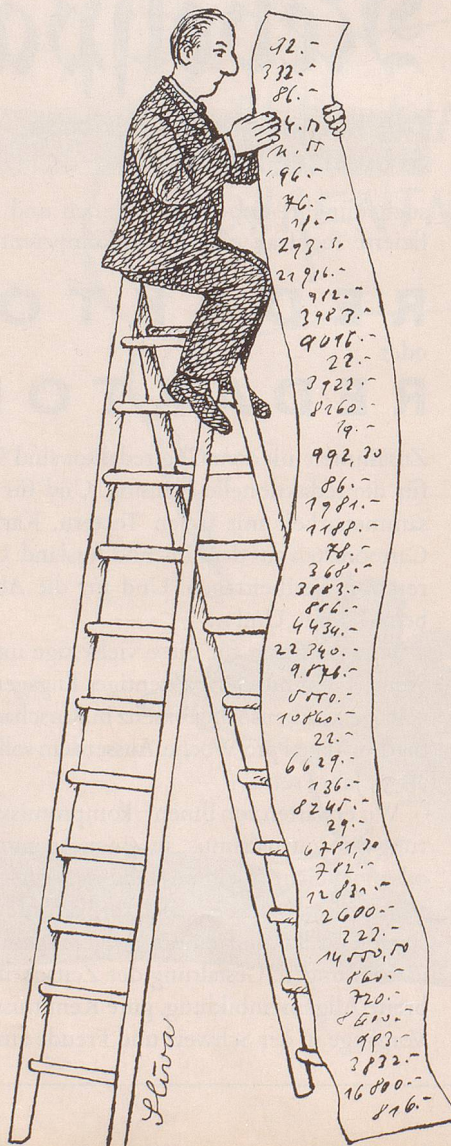
Angesichts dieser Argumentationslage wird es schwerfallen, Vorschläge, die einem diesbezüglichen Missstand Abhilfe zu schaffen versprechen, etwas entgegenzuhalten. Worin könnten nun diese Vorschläge bestehen?

**3** Sind Sie in der Möbelbranche tätig, oder haben Sie Beziehungen zu derselben? Dann muss unbedingt für neues Schulmobiliar plädiert werden. Flexibel. Ergonomisch. Rückenentlastend.

Oder haben Sie eine Affinität zum Sport? Da tun sich nun ungeahnte Perspektiven auf. Zu propagieren wäre ein Sportgerät, das die durch das Sitzen geschwächte Muskulatur stärkt (Wissenschaftliche Tests nicht vergessen, Universitätsklinik X, Sporthochschule Y). Neben täglichen Übungen in der Schule sollten die Kinder auch zu Hause üben. Welche Eltern werden da nein sagen können, wo es doch um die Gesundheit ihrer Sprösslinge geht?

Natürlich – die Computerbranche macht's vor – muss die Geschichte spielerisch verkauft werden. Regelmässige Wettkämpfe mit hübschen Preisen (Incentives) bieten Anreize. Dazu kommt die Diversifikation: Luxusgeräte, Standardausführungen, verschiedene Farben, diverse Extras. Der Preis darf ebenso wenig zu hoch sein wie die Qualität der Ware.

Im Klartext: Alle sollen sich ein Gerät leisten können, und nach einem Jahr sollte sich ein neues aufdrängen. Auch hier: Welch herrliche Analogie zum digitalen Götzen! Wenn aber das Haltungsturnen mit unserem polyvalenten Gerät dann Eingang in die Stundenpläne unserer Schulen gehalten hat, fängt es erst an: das Geldverdienen.



JIRÍ SLIVA