

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 120 (1994)  
**Heft:** 17

**Artikel:** Der Ausverkauf  
**Autor:** Maiwald, Peter  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-603891>

### **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>**



In diesen Tagen bemerkten die Händler und Kaufhäuser, dass der Wert des Menschen sank, und sie beschlossen seinen Ausverkauf. Die Dekorationsabteilungen wurden angewiesen, alles Erdenkliche auszudenken, damit der Ausverkauf der Menschen ein Erfolg würde. Die Idee einer Werbe-Abteilung, eine Woche der Menschlichkeit zu veranstalten, bekam den Zuschlag. In aller Eile wurden die Menschen, deren Wert gesunken war, in die Niederlassungen und Filialen gefahren, um sie loszuwerden.

Das Sonderangebot der Woche bildete ein grösserer Posten Arbeitssuchender, der schon seit Jahren sinnlos herumstand und mit dem niemand etwas Rechtes anzufangen wusste. Die Leute, die liegengeblieben waren, wurden neu ausgezeichnet, ziemlich herabgesetzt und bekamen eine Sonderangebotsmarke ans Revers. Sie standen in grösseren Gruppen in den Eingangshallen, und wer gleich mehrere von ihnen mitnahm, bekam einen Rabatt. Anfangs entstand noch ein Gedränge, weil ein Mensch selten so billig zu kriegen war wie in diesen Tagen und einige Besitzer niedergehender Kleinbetriebe sich regelrecht um sie schlugen. Aber schon am nächsten Tag stellte sich heraus, dass das Angebot weit grösser war als die Nachfrage, und die Aufregung legte sich. Bald hatten die Händler und Käufer wieder von den Menschen genug.

Die Arbeitssuchenden liessen alles geschehen und standen teilnahmslos herum. Sie waren es gewohnt, herumgestossen oder unbeachtet zu werden, je nach Marktlage, und es erstaunte sie nicht, dass es auch diesmal so war. Als gegen Ende der Woche der Menschlichkeit ihre Absatzchancen sanken, beschloss die Geschäftsleitung eine weitere Herabsetzung, und als auch das nicht half, bekam jeder, der eine grössere Anschaffung tätigte, einen Arbeitssuchenden kostenlos dazu. Eine Geste des Hauses, erklärte die Direktion der Presse.

Die Wühltische waren voll bizarrer junger Existenzen, und jeder konnte nach seinem Geschmack und Interesse etwas mit nach Hause nehmen. Die beschädigten Menschen waren am billigsten. Die Verkäuferinnen waren un-

terrichteter, nicht auf dem Preis zu beharren, wenn ein Kunde mehr Schädigung an der Ware entdeckte, als angegeben war. Wie sollte die Gesellschaft die Beschädigten sonst loswerden? So ging ein Posten Jugendlicher, den Räusche und Gifte geschädigt hatten, direkt in die Erosion-Industrie und kam so von der Strasse. Ein Religionsunternehmen erwarb einige Dutzend zerbrechliche Leute, die unter Kälte, Angst und Aussichtslosigkeit gelitten hatten, für seine Missionen. Und ein Politiker liess sich eine Menge einwickeln, die an Zorn und Wut zu zerplatzen drohte und die sich gut zu Feldzügen und Kampagnen verwenden liess. Die Manager der Mode-Industrie kauften den Rest der kaputten Typen

auf, wie sie angaben, zu Modellversuchen.

In der Kinderabteilung gab es alles, was noch vom Jahr des Kindes übriggeblieben war. Die Unbeachteten, Verwahrlosten, Misshandelten und Überarbeiteten waren wohlfeil. Es gab stumme Kinder, denen niemand zugehört hatte, und blinde, die nichts von der Welt gesehen hatten. Es gab Eltern genug, die derlei Kinder schon besaßen und noch mehr zu besitzen trachteten, und der Handel ging glänzend. Die Geschäftsführer beklagten nur den Nachschub.

Die Damenabteilung, in der ausschliesslich Frauen und Mädchen angeboten wurden, erfreute sich der üblichen Wertschätzung und des grossen Zuspruchs. Das Stimmengewirr der Käufer und Verkäufer riss nicht ab. Ich hätte gerne Mandelaugen, verlangte einer. Ich ziehe schmale Fesseln vor, ein anderer. So gingen die Frauen weg, stückweise und am Stück.

Als grösster Fehlschlag der Woche der Menschlichkeit erwies sich die «Internationale Etage», die im Kellergeschoss untergebracht war. Hier wurden Türken angeboten, die in besseren Hundehütten hausten, Griechen für schwerste Arbeiten und Pakistaner für schmutzigste, Araber für billige Löhne und Ceylonesen für noch billigere. Die Käufer gingen desinteressiert vorüber und zuckten mit den Schultern. Was soll uns das, sagten sie, das ist doch nichts Besonderes, das haben wir doch schon alles.

## Der Ausverkauf

VON PETER MAIWALD