

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 132 (2006)
Heft: 4

Artikel: Nebelspalter Lebenshilfe : Knigge für Online-Aufreisser
Autor: Ritzmann, Jürg / Borer, Johannes
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-599789>

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: 14.01.2026

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

Knigge für Online-Aufreisser

Jürg Ritzmann

18

Nebelspalter
Mai 2006

Ein bisschen schummeln ist erlaubt. Schliesslich ist allgemein bekannt, dass ein wesentliches Merkmal an Single-Partys ist, dass der Grossteil der Teilnehmer bereits in einer Partnerschaft leben. Genauso muss es sich im Netz der Netze, im Moloch der unbegrenzten Möglichkeiten auf sich haben.

Der wichtigste Tipp bei der virtuellen Partnersuche: Es muss alles sehr gut klingen. Machen Sie ein bisschen Werbung für sich selbst. Und enttarnen Sie die Begriffe der potenziellen Opfer, – Entschuldigung: Partner. Beispiele? Mollig heisst fett. Naturliebend heisst langweilig. Tierfreund: Riecht ein bisschen. Und sollte sich jemand erdreisten, bei den Hobbys «Computer» einzutragen, so scheidet diese erbärmliche Person sofort aus. Wer will denn bitte schön im Internet einen Partner finden, der in seiner Freizeit vor dem Rechner sitzt? Spinner.

Gerade bei der Angabe der Freizeitaktivitäten kommt man vielen Bewerbern auf die Schliche. Schreibt jemand «Ausgang» und «Freunde», so muss diejenige Person die Kontaktanzeige bestimmt gemeinsam mit Freunden in einer Diskothek aufgegeben haben. Ja. Antworten Sie auf eine Beschreibung wie «18 Jahre alt, blond, lange Beine», so kriegen Sie die nächsten hun-

dertfünfzig Jahre einen dicken Beate-Uhse Katalog frei Haus zugeschickt. Wöchentlich. Schreibt eine Person unter der Rubrik «Besondere Merkmale», dass sie sich den Namen ihres Kindes auf den Oberarm hat tätowieren lassen, so muss



es nicht gleich Ex-Miss Schweiz Melanie Winiger sein. Nur nicht täuschen lassen. Es könnte genauso gut ein Demenzkranker sein. Also aufgepasst. Es gibt viele Wölfe auf der virtuellen Schäfchenweide.

Sind Sie selbst im Moment auf der Suche nach einem Partner, so gibt es ein paar ganz wichtige Ratschläge und Tricks: Schreiben Sie auf jeden Fall alles in Kleinschrift, das suggeriert Jugendlichkeit. Und bauen Sie absichtlich ein paar wohl dosierte Schreibfehler ein. Alles andere würde Ihre Coolness ernsthaft in Frage stellen.

Geben Sie auf keinen Fall die Wahrheit an. Die Internetnutzer (oh, sorry: Die User) wollen belogen werden, sonst wären sie ja nicht im Internet. Wörter wie treu, ehrlich und einführend sind von gestern und vermitteln den potenziellen Lesern nur ein schlechtes Gewissen. Begriffe wie gut situiert, muskulös oder BMW-Fahrer sind zeitlos und Garant für gute Resonanz. Das klappt nicht? Dann weiss ich auch nicht weiter.

Oder lassen Sie mich überlegen: Am besten ist es wohl immer noch, in eine wunderbar verrauchte Bar zweiter Klasse zu gehen, sich eine Frau oder einen Mann schön zu trinken und mit einem oberdämlichen Spruch («Du hast da was») in ein seichtes Gespräch zu verwickeln. Nicht virtuell, ganz Reality. Denn seit der neuen Werbung von Coca-Cola light wissen wir zu gut: Das Leben ist, was du daraus machst. Ziemlich tief schürfend, nicht? Surfen Sie gut!

