

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 142 (2016)
Heft: 4

Artikel: Was ist wirklich drin? : Made in Switzerland
Autor: Hava, Ludek Ludwig
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-952692>

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: 13.02.2026

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



MAX SPRING



SCHLORIAN (STEFAN HALLER)



PASCAL COFFEZ

Was ist wirklich drin?

Made in Switzerland

Die heiss diskutierte Frage in der sogenannten «Swissness-Debatte», wie viel Schweiz prozentual in einem Produkt stecken muss, sollte besser umformuliert werden. Sie müsste nämlich lauten: Wie viel Schweiz steckt wohl noch in den Traditionsmarken?

Die offensichtliche Antwort: Wenig. Unsere Fluggesellschaft Swiss ist deutsch, Valser und Toblerone sind amerikanisch, Calanda und Eichhof holländisch. Und als wenn das noch nicht genug wäre: Ovomaltine, Aromat und Kressi sind britisch. Und das ist nur ein vorläufiger Zwischenstand. Denn der globalisierte Handel mit Firmen aller Art schläft nicht – er boomt geradezu.

Und erst recht nicht die Chinesen. Sigg und Eterna hat sich der Drache im ersten Anflug geholt, seine ausgefahrenen Krallen gieren aber nach mehr. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis die letzten grossen Schweizer Marken wie zum Beispiel Caran d'Ache, Kam-bly, Victorinox, Läderrach oder Patek Philippe unter fremde Banner kommen.

Bald werden die Schweizer wieder mehrheitlich in fremden Diensten stehen. So wie früher mal. Dieses Jahr feiern sechs bekannte Schweizer Unternehmen ihre Bestehungs-jubiläen. Nestlé wird stolze 150, ABB 125, Ems-Chemie 80 und Calida 75 Jahre alt. Oder jung. Wie Sie wollen. Novartis bringt es immerhin auf 20, Implanzia auf 10 Jahre.

Was aber, wenn die Gewinne der ansässigen Firmen bloss um einige Prozente runtergehen? Gibt es wieder ein Wehklagen? Oder Sparmassnahmen? Was solche bedeuten können, weiss jeder. Um die Felle zu retten, produziert die Firma dann im Billigausland.

Zurück bleiben meist nur sozialisierte Altlasten. Was die Politik dazu sagt? Oder was sie regelt? Sie kennen die Antwort bereits. Wir sind das absolut glücklichste Volk der Welt. Wir sind die ultimativ innovativste Nation auf dem Globus. Wir verneigen uns vor uns selbst. Wir möchten nicht tauschen. So gesehen, entsteht die nächste Frage. «Wie viel Schweiz steckt in uns selbst, prozentual gerechnet, wenn wir im Ausland oder online einkaufen?»

LUDEK LUDWIG HAVA