

Herr Müller!

Autor(en): **Wyss, Hanspeter**

Objekttyp: **Illustration**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **111 (1985)**

Heft 10

PDF erstellt am: **21.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

«Social Marketing»

Schon der Philosoph Baruch de Spinoza (1632–1677) dachte es: «Edel sei der Mensch, hilfreich und gut.» Die gescheiterten Leute, die das Sozial-Marketing als neue und einträgliche Einnahmequelle entdeckt haben, sind über diese Erkenntnis natürlich hocherfreut. Wenn sich da kein Sinneswandel der Erdenbewohner einstellt, müsste das Geschäft des «Social Marketing» auch in den kommenden Jahrzehnten eine Wachstumsindustrie sein und kaum Risiken bergen, weil ja dafür gesorgt werden dürfte, dass es auf dieser Welt nicht eines schönen Tages keine Armen, Bedürftigen, Hungernden und Kranken mehr gibt. Ein Blick in die Geschichte genügt zur Bestätigung dieser Annahme, die keiner wissenschaftlichen Überprüfung bedarf.

Freund Computer macht es möglich, dass z.B. eine aufs Sammeln spezialisierte Firma 2,4 Millionen Adressen von Bürgern – Lukratius hat die Ehre, auch in dieser Kartei geführt zu werden – liefern kann, von denen 230 000 als «spendenwillig» gelten. Ob die Zahl der Spendenwilligen in den letzten Jahren zu- oder abgenommen hat, wird nicht verraten. Wir kennen auch keine Vergleichszahlen aus den Nachbarländern, um uns in der Sonne der Spendefreudigkeit allenfalls wärmen zu können; dabei möchten wir doch wissen, wie zugeknöpft die andern sind ...

Neben ihren philanthropischen Zielen müssen die Manager des Social Marketing auch die eigene Kasse im Auge behalten, weil bis siebenzig Prozent des Wohltätigkeitsfrankens – so nach einem Bericht in der «NZZ» vom 21. Dezember 1984 – «für EDV-Adressierung, Computerbriefe, Mehrfarbenprospekte und rührige Werbeleute verbraucht» würden. Wer also in der Datenbank der professionellen Sammler ehrenvolle Aufnahme in die Kategorie der Spendenwilligen gefunden hat, der darf auch in Zukunft auf Post der Hilfswerke hoffen.

Lukratius

Max ist im Büro eingeknickt und wird von seinem Chef überrascht: «Zugegeben, ich habe etwas geschlafen, Herr Direktor. Aber ich habe nur von der Firma geträumt.»

Herr Müller!

HANSPETER WYSS



Äther-Blüten

In der Ratgeber-Sendung «Recht» war zu vernehmen: «Wer sind die tolerantesten Menschen? Die Raucher. Noch nie hat sich ein Raucher über einen Nichtraucher beschwert!»

Ohohr

Chef: «Sie halten mich wohl für einen Idioten?»
Angestellter: «Nein. Aber ich kann mich irren.»

Bürospruch: «Der Student studiert, der Arbeiter arbeitet, der Chef cheffelt.»

Kürzestgeschichte

Lohn der Hilfe

Ich gab ein Blinkzeichen, um der Polizei, meinem Freund und Helfer, auch einmal etwas an die Hand zu gehen, und bewirkte auch, dass jeder entgegenkommende Autofahrer die Geschwindigkeitslimite korrekt einhielt. Was wollen wir mehr, sagte ich mir. Die Polizei wollte vierzig Franken.

Heinrich Wiesner