

Objekttyp: **TableOfContent**

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

Band (Jahr): **116 (1990)**

Heft 26

PDF erstellt am: **21.05.2024**

Nutzungsbedingungen

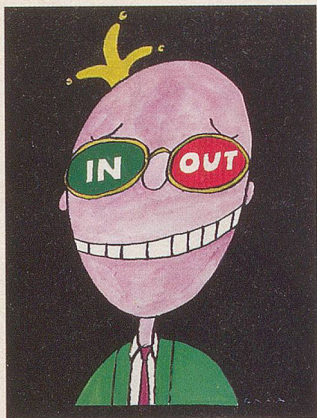
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

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.



Es gibt Kreise, in denen man nicht mehr «in» ist, wenn man den Lachs zum persönlichen Verzehr privat und täglich frisch einfliegen lässt, sondern nur noch dann, wenn man den zarten Fisch auch noch von einem bestimmten Ort per Flugzeug ordert. Unter uns Normalbürger(inne)n, die sich einfach nicht jeden Trend leisten können, setzen aber schon Armbanduhren und Brillen die Massstäbe. Nicht erst seit Elton John wissen wir um die Möglichkeit, mit einem vielfarbigen, individuell geformten Binokel «in» zu sein. (Übrigens: Eine Brille als «Binokel» zu bezeichnen, verrät den Trendsetter.) Eines aber haben noch nicht alle gelernt: Es kommt nicht darauf an, wie sehr man – womit auch immer – im Trend liegt oder nicht, sondern nur darauf, es bewusst als «in» zu sehen und zu «verkaufen». Behaupten Sie doch einfach einmal, Ihre Brille – sei sie nun schwarz, farbig oder randlos – sei «voll im Trend». Es wird garantiert niemand widersprechen. Allerdings kann es vorkommen, dass Ihre «Umgebung» bald darauf dieselbe Brille trägt.

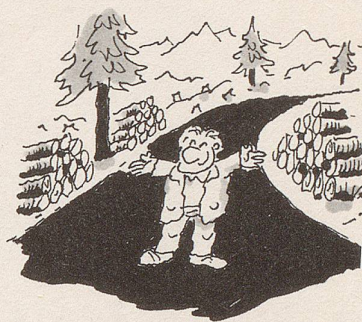
(Titelbild: Jürg Furrer)



Hans Moser:

«In» und «Out» im Bündnerland

Man glaubt es kaum: Nicht nur Grossstädte haben ihre trendigen «Ins» und «Outs», auch die «Ferienecke der Schweiz» hat unübersehbare Trends. Wahlbündner Hans Moser ging für den *Nebi* auf Enthüllungstour und fand heraus, dass Kunstschnee, asphaltierte Wanderwege, Druckleitungen und Staumauern «in», reiner Naturschnee, schmale Wanderwege, nutzlos freifliessende Bäche aber «out» sind. (Seite 14)



Gradimir Smudja:

Der rote Trend

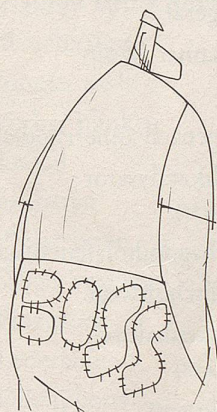
Spätestens seit der Öffnung der Mauer und des Eisernen Vorhangs kann sich auch der Osten den (Mega-)Trends westlichen Zuschnitts nicht mehr verschliessen. Ob McDonalds in Moskau, Wodka in Aludosen, Stalin-Turnschuhe oder «Lenins' Jeans»: Hammer und Sichel werden immer mehr auch selbst zum trendigen Statussymbol. Und auch eine Dollarnote für die «United States of Russia» muss langfristig nicht mehr nur Phantasieprodukt bleiben. (Seite 22)



Bruno Knobel:

Es geht um *unser* Imitsch

Zwischen *in* und *out* besteht ein grundlegender Unterschied: Man kann im Handumdrehen und endgültig *out* werden; *in* bleiben dagegen erfordert dauerndes, anstrengendes Bemühen. Am einfachsten aber, so Bruno Knobel in seiner «Imitsch»-Studie, bringt man das In-sein sprachlich zum Ausdruck, denn «für fremdwörtlich Gesagtes muss man selten geradestehen». Einziger Wermutstropfen bei diesem Trend-Tip: Für statussymbolisches Reden gibt es leider noch keine Sprachkurse! (Seite 36)



Werner Meier:	«Out!»: Sozial zwar defekt, aber doch nicht verloren	Seite 4
Markus Rohner:	Vom Schiessen der Kanonen auf Spatzen	Seite 6
Iwan Raschle:	Durchs Ozonloch ins Paradies	Seite 14
Frank Feldman:	Bobby, lieber Bobby, komm doch wieder	Seite 20
René Fehr:	Faschismus (In) – Tachismus (Out)	Seite 24
René Regenass:	Es lebe der Trend(setter)!	Seite 28
Beat Balzli:	«In» oder «out»? – Testen Sie sich selbst!	Seite 38

Nebelspalter

Die humoristisch-satirische Schweizer Zeitschrift

116. Jahrgang Gegründet 1875

Redaktion: Werner Meier-Lécho, Roger Tinner
Gestaltung: Koni Näf

Redaktionssekretariat: Ursula Schweizer

Redaktionsadresse: Postfach, 9400 Rorschach
Telefon 071/41 43 41, Telefax 071/41 43 13

Der Nebelspalter erscheint jeden Montag.

Für unverlangt eingesandte Beiträge kann die Redaktion keine Verantwortung übernehmen. Korrespondenz über solche Beiträge ist nur in Ausnahmefällen möglich.

Der Nachdruck von Texten und Zeichnungen ist nur mit Zustimmung der Redaktion gestattet.

Verlag, Druck und Administration:
E. Löffel-Benz AG, Druck- und Verlagshaus, 9400 Rorschach,
Telefon 071/41 43 41 – 41 43 42

Abonnementsabteilung: Tel. 071/41 43 41

Abonnementspreise:

Schweiz: 12 Monate Fr. 97.– 6 Monate Fr. 52.–

Europa*: 12 Monate Fr. 113.– 6 Monate Fr. 60.–

Übersee*: 12 Monate Fr. 149.– 6 Monate Fr. 78.–

*inkl. Land- und Seepostporto. Luftpostpreise auf Anfrage.

Bestehende Abonnements erneuern sich automatisch, wenn keine Abbestellung erfolgt.

Postcheck St.Gallen 90-326-1.
Abonnement-Bestellungen nehmen alle Buchhandlungen und der Verlag in Rorschach entgegen.

Anzeigenleitung und
Anzeigenverkauf:

Isler Annoncen AG, Grubenstrasse 4, 8902 Urdorf
Telefon 01/734 04 72, Telefax 01/734 06 80

Anzeigenverwaltung:

Hans Schöbi, Sandra Di Benedetto
Pestalozzistrasse 5, 9400 Rorschach
Telefon 071/41 43 41, Telefax 071/41 43 13

Touristikwerbung:

Theo Walser-Heinz, Via Mondacce 141, 6648 Minusio,
Tel. 093/67 32 10, Telefax 093/67 38 28

Inserten-Annahmeschluss:

Ein- und zweifarbig: 1 Woche vor Erscheinen.
Vierfarbig: 4 Wochen vor Erscheinen.

Insertionspreise:

Nach Tarif 1990/1