

Nemo, hau ab!

Autor(en): **Wuhrmann, Dieter**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **129 (2003)**

Heft 12

PDF erstellt am: **20.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-610538>

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

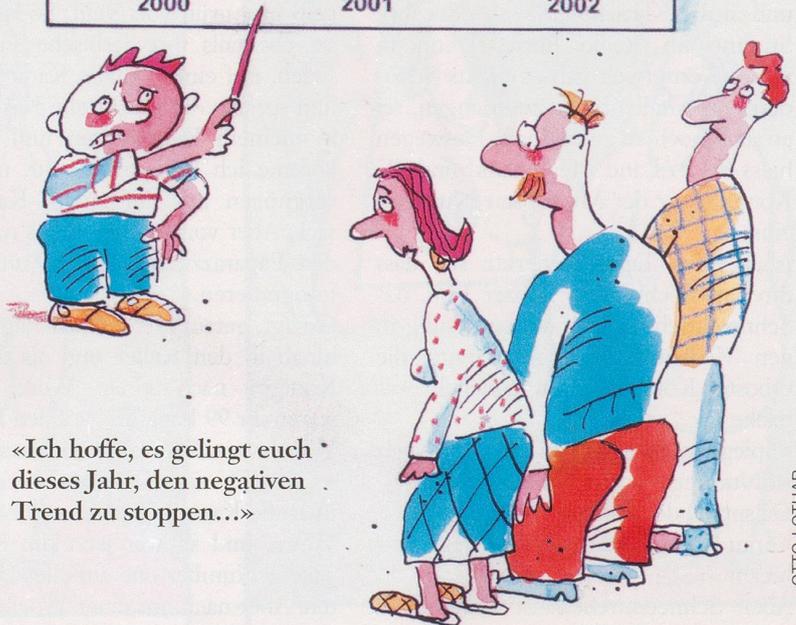
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Nemo, hau ab!

DIETER WUHRMANN

In den USA hat sich «Findet Nemo», der neueste Geniestreich der Schöpfer von «Monsters Inc.» zum vorweihnachtlichen Kassenfüller entwickelt. Die spannend erzählte Geschichte des verschwundenen Clownfisch-Kindes «Nemo» und die Suche nach ihm erwärmte die Herzen von Alt und Jung gleichermaßen. Leider weckte der Film auch Begehrlichkeiten, die sich auf die im Film vorkommenden Darsteller – Haie und Ähnliches ausgenommen – nun verhängnisvoll auszuwirken beginnen. Zeitungsmeldungen aus der Südsee-Republik Vanuatu berichteten von einer noch nie da gewesenen und kaum zu sättigenden Rekordnachfrage bei frisch gefangenen Aquariumfischen, speziell der Spezies «Clownfische». Dank dem guten Timing des Filmes mit Start in der Vorweihnachtszeit wurde den Händlern von Zierfischen weltweit eine (unfreiwillige?) PR-Kampagne geliefert, bei der man Nemo und seinen Artgenossen nur noch raten kann, schleunigst abzuhauen, ausser sie möchten die Welten des Ozeans mit einem unsäglichen Glasviereck vertauschen.

Ebenso wurde den vom Film begeisterten Kids die Idee eines möglichen Geschenks für den noch abzufassenden Wunschzettel geliefert. Dass der wahre Nemo nicht sprechen kann, Streicheleinheiten sein Leben nur verkürzen und ein Aquarium im Wesentlichen ein nasses Gefängnis darstellt, wird sich über kurz oder lang nach Weihnachten 2003 erweisen. Der Film hat bis dahin megamässig Kasse gemacht, die Fortsetzung ist vielleicht bereits in Arbeit,



«Ich hoffe, es gelingt euch dieses Jahr, den negativen Trend zu stoppen...»

OTTO LOTHAR

aber etliche der weit gereisten Zierfische werden bis dahin den einfachen, aber kaum filmreifen Entsorgungsweg durchs WC in die öffentliche Kanalisation angetreten haben.

Dieses Phänomen der tragischen Art weckt Erinnerungen auf eine grob verstärkte Nachfrage bei Zwergschildkröten nach einem entsprechenden Zelluloidprodukt oder den Streifen «101 Dalmatiner», der kurzzeitig einen wahren Run auf den Rassenhund «Dalmatiner» auslöste. Nur kurze Zeit darauf quollen die Hundeheime über von nun plötzlich unerwünschten Dalmatiner-Hunden, weil sie bis auf die Optik nur wenig mit den Filmtieren gemein hat-

ten, sondern sich als recht eigenwillige Kreaturen mit ausgeprägtem Jagdtrieb und anderen «absonderlichen» Eigenschaften entpuppten. Vielleicht würde es helfen, im Vorspann dieser Art von Filmen in wichtigen Lettern darauf hinzuweisen, dass eine Ähnlichkeit mit den wirklichen Tieren sich auf das rein Äussere beschränkt. Es kann ja nicht sein, dass schlussendlich die unschuldige Kreatur eine Suppe auslöffeln muss, die ihr eine Menschheit eingebrockt hat, die in grossen Teilen immer mehr Mühe hat, Sein und Schein, Realität und Illusion, Cyberspace und wahre Welt auseinander zu halten, sei es an der Börse, in der Politik oder im Leben ganz allgemein.