Medizynisches aus der Sicht des Patienten

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **102 (1976)**

Heft 19

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-610011

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Der heitere Schnappschuss

In Cambridge geknipst von Ruedi Schärer, Basel

Medizynisches aus der Sicht des Patienten

Ein Arzt = Glücklich, wer im Notfall einen kriegt
Zwei Aerzte = Zwei Meinungen über die Therapie
Drei Aerzte = Schwindsucht im Geldbeutel
Vier Aerzte = Patient in Gefahr *WH*

Markensammler

Die elegante Dame betritt das Postamt, zögert einen Augenblick und kommt dann an den Schalter.

«Verkaufen Sie auch Briefmarken?»

«Ja, gewiss.»

«Könnte ich einige sehen?»

Der Postbeamte legt ihr einen grossen Bogen mit Fünfcentmarken vor.

Die Dame beugt sich interessiert darüber, mustert die Marken sorgfältig und zeigt dann auf eine Marke in der Mitte der Seite:

«Diese hier möchte ich haben.»

Zeitbestimmung

Der junge Brown hat Miss Margaret zum Abendessen zu sich geladen. Die Mutter schärft ihr ein, wie sie sich zu verhalten habe.

«Und spätestens um Mitternacht musst du zu Hause sein.»

«Wenn er mir aber ein schönes Schmuckstück schenkt?»

«Ja, dann darfst du bis zum Morgen bleiben.»

Bei Gelenkschmerzen sofort
Knobeloel
einreiben!
Auch bei Rheuma, Muskelschmerzen, Arthritis, Nervenentzündungen, Kältegefühl in den Gliedern. Ein Einreibemittel auf pflanzlicher Basis nach Dr. med. G. Knobel, Herisau.

Misserfolg

«Haben Sie schon gehört, dass Entlehnerts Operette ausgepfiffen wurde?»

«Wo denn?»

«In Pforzheim.»

«Da kann er froh sein, dass die Leute nur gepfiffen haben.»

Biographie

«Ich schreibe ein Buch über Ninon de Lenclos.»

«Ninon de Lenclos? Wer ist das?»

«Das wissen Sie nicht? Das war doch die berühmte Rokokokokotte.»

Entdeckung Amerikas

Auf der Ueberfahrt nach Amerika fragt ein Engländer einen Amerikaner:

«Verzeihen Sie meine Indiskretion, aber wer hat eigentlich Amerika entdeckt?»

«Christoph Columbus.»

Bei der Ankunft in New York sagt der Engländer: «Verzeihen Sie, aber ich habe den Namen vergessen. Wie hiess doch der Mann, der Amerika entdeckt hat?»

«Christoph Columbus.»

Der Engländer schaut zu den Wolkenkratzern hinauf und meint:

«Wie hätte er auch daran vorüberfahren sollen?!»

Apropos Sport!

Der Verbandsrat des Schweizerischen Fussballverbandes hat mit wenigen Modifikationen den Vorschlag der vorberatenden Kommission betreffend Werbung auf Trikots gutgeheissen. Damit sollen den Vereinen weitere finanzielle Möglichkeiten erschlossen werden. Beim Durchlesen der 19 Paragraphen kann man sich da und dort ein Lächeln nicht verkneifen. Da liest man zum Beispiel: «Die Werbung darf gegenüber Spielern, Schieds- und Linienrichtern sowie Zuschauern nicht störend sein.» Frage: Ist Werbung für «den Slip, der nicht einschneidet» störend oder nicht? Geschmacksache finden Sie ... Und da sich bekanntlich über den Geschmack streiten lässt, ist diese Regel ein Kautschukparagraph par excellence.

Das Lächeln erhöht sich beinahe zum homerischen Gelächter, wenn man weiter liest: «Aus der Werbung dürfen keine Zuwendungen an die Spieler gemacht werden.» Zwei Fragen: Weshalb stecken so viele Fussballklubs in den roten Zahlen? Sind es die Kosten für den Rasendünger oder die fetten Prämien für die Spieler ... Wer kontrolliert, und das wäre die zweite naive Frage, aus welchem Käseli die Spieler ihre Bezüge erhalten? Was an Leibchenreklame eingeht, kommt doch alles in den grossen Topf der Vereinskasse. Wenn dieser Topf gut gefüllt ist, können den Spielern grosszügige Prämien ausbezahlt werden; wenn wenig drin ist, dann erhalten die Spieler eben ... falsch, dann macht der Klub genau das, was der Bund auch macht, nämlich Schulden.

Unter den 19 Regeln findet man nirgends eine Absicherung gegenüber den Sponsorfirmen. Wenn eine Firma schon mit fünf- oder sechsstelligen Zahlen den Vereinen unter die Arme greifen soll, dann möchte sie ein erfolgreiches, gut rangiertes Reklamepferdchen. Bei schlechter Leistung kann nämlich der erhoffte Werbeerfolg ins Gegenteil umschlagen. Sagt man nicht, wer bezahlt, befiehlt! Was macht ein Verein, wenn der Geldgeber sagt: Der Trainer ist eine Flasche, setzt ihn vor die Tür, sonst verlängern wir den Vertrag nicht mehr ...?

Tröstlich an der ganzen Sache sind zwei Regeln: Werbung für Alkohol und Tabakwaren ist nicht gestattet; ferner darf ein Verein nur für eine Firma und nur für eines ihrer Produkte auf den Leibchen Werbung anbringen. Immerhin kann ein Unternehmen, welches Käse produziert, auf der Vorderseite für Camembert und hinten für Hartkäse werben. Käse bleibt Käse.

Und wer bezahlt notabene diese Leibchenreklame? Es ist wieder einmal mehr der Konsument, denn auf ihn werden ja auch diese zum Teil zusätzlichen Werbekosten abgewälzt. Und da wundert man sich immer, weshalb die Differenz zwischen Werbe- und Produktionskosten immer grösser wird. *Speer*

Besserung von Hämorrhoiden ohne Operation

Heilmittel lässt Schmerzen, Jucken und Schwellungen abklingen.

Eine Heilsubstanz auf Basis eines Extraktes lebender Hefezellen, Haifischleberöl und Phenylmercurinitrat hat sich bei Hämorrhoidenkrankheiten besonders bewährt. Dieses Präparat ist nach klinischen Versuchen im Handel erhältlich unter dem gesetzlich geschützten Namen «SPERTI Präparation H» gegen Hämorrhoiden. Schon nach kurzem Gebrauch bemerkt man eine Linderung der Schmerzen und des Juckreizes, sowie Abnahme der Blutungen, ohne dass andere Medikamente notwendig wären.

Natürlich hängt das Eintreten der Linderung von der Schwere des Falles ab. Die Mehrzahl der Patienten verzeichnen eine ausgesprochene Besserung schon nach 2 bis 4 Tagen. Diese Besserung wird ohne schmerzhaft adstringierende (zusammenziehende) Substanzen erzielt, sondern allein durch die besondere Heilwirkung von «SPERTI Präparation H» gegen Hämorrhoiden.

SPERTI Präparation H® ist als Salbe (mit Applikator) oder als Suppositorien (für innere Hämorrhoiden in Apotheken und Drogerien erhältlich. Oftmals bringt eine kombinierte Behandlung mit Salbe und Suppositorien besonders gute und rasche Resultate.