

Philius kommentiert

Objektyp: **Group**

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

Band (Jahr): **85 (1959)**

Heft 51

PDF erstellt am: **10.07.2024**

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.



Die schweizerische Werbestelle für das Buch gibt die Schweizer Bücherzeitung «Domino» heraus. Geworben wird darin für die Verlagsanstalten, die Bücherhändler und die Autoren. Der Redaktor dieses Blattes ist zu beneiden, weil die Werbung für das Buch, vorab wohl das schweizerische Buch, eine schöne Aufgabe ist, nicht zu beneiden ist der Redaktor, weil man wohl einen Dschungel von Wünschen an ihn stellt, die alle zu befriedigen einen Zauberkünstler erfordert. Man kann sich vorstellen, daß jene Verlage, Autoren und Buchhandlungen, die sich kräftige Werbung erhoffen, dem Redaktor einen Wunschzettel vorlegen, der kein Hehl daraus macht, daß man einen Mann erwartet, der keine andern Absichten verfolgt als die: Wie kann ich den Buchhändlern und Verlegern den Verkauf fördern helfen. Wer aber diesen Redaktor kennt (es ist Dr. Hans Schumacher, Publizist und Poet), der weiß, daß er zu kultiviert ist, als daß er sich für «Geschäfte» einspannen ließe. Als Leiter der literarischen Radiosendungen Parnass (die viele heute recht ungen missen), überzeugte er seine Hörer durch Weitblick der geistigen Schau, durch Gerechtigkeit des Urteils und durch jene Originalität, die keine l'art pour l'art-Originalität, sondern eine wirkliche Aufgewecktheit des Geistes ist und die einen Mann auszeichnet, der alles ablehnt, was in den Geleisen der Pedanterie festgefahren ist. Im Parnass wurde das Wesentliche nie übersehen, und ans Mikrophon wurden alle jene gerufen, deren Urteil zählt und die berufen sind, das literarische Leben der Schweiz sorgfältig zu werten. Und nun kann man sagen, und wie gern sagt man es: auch das «Domino» zeichnet sich durch jenen Geist aufgeweckter Literaturschau aus. Ich will nicht Vorschußlorbeeren geben, aber es wäre ebenso falsch, dort mit freudigem Lob zurückzuhalten, wo es so verdient wie in diesem Falle ist. Das größte Verdienst Hans Schumachers liegt wohl darin, daß er die Zeitung einer Werbestelle aus der Niederung eines reinen Werbeorgans herausnimmt und ihr eine literarische Haltung gibt, die ihr eine schöne Zuverlässigkeit verleiht. Man nimmt diese Zeitung nicht mit dem Gefühl zur Hand «Man gerät in den Werbestrudel» oder «Man wird mit Werbung attackiert». Natürlich ist die Herausgabe eines Buches die sachliche Aktualität, von der der Redaktor auszugehen hat, aber bei Schumacher steht im Vordergrund immer «ein Gesichtspunkt», die «Vorliebe für eine Erscheinung», der «Riecher für ein Problem», die «Freude, eine Sache so oder so zu sehen». Es sind also Gesichtspunkte, von denen man sagen darf, sie stünden außerhalb der begrenzten Interessensphäre. Schumacher ist ein Literat im besten Sinne, etwas von gutem literarischem Kaffee, von Angriffigkeit, von Charme des Formulierens ist dem Ganzen beigemischt.

Der Redaktor des «Domino» kann nicht mit ausgewachsenen Leitern und Feuilletons brillieren, man muß ihn in der Art der Auswahl seiner Sachen, in der Wahl der Autoren, in seinen Kursiveinleitungen der Beiträge, im Spiel der Titel und in vielen andern Spielarten des Redaktionellen suchen. Ich finde es ist ein Glücksfall, daß er so hübsch von Max Ammann unterstützt wird, der aus der graphischen Gestaltung recht viel und nie Unzulässiges herausholt und das «Domino» auch für das Auge lecker macht, ohne sich dem Spiel der Mätzchen auszuliefern. Eine solche Zeitung kann nicht reine Literaturzeitung sein, sie muß unbedingt auch den leichten Charme eines Werbeorgans haben, das leicht nehmen will und leicht genommen sein will. Natürlich wird die Neuerscheinung auf dem schweizerischen Büchermarkt den Grundtenor dieses «Domino» bestimmen, aber die wenigen Nummern, die unter Hans Schumacher bis jetzt erschienen sind, haben den Beweis erbracht, daß Schumachers Charakter auch in dieser Bücher-Werbezeitschrift in deutlichen und in leisern Gebärden seinen Niederschlag findet. Kommt die Zeitung heraus, greift man mit einer Raschheit und Frohgestimmtheit darnach, die allein schon den Redaktor loben.

Die Wunderstadt

*Ich wohn in einer Wunderstadt,
die einen großen Vorzug hat,
nebst vielen hundert andern:
daß man hier nämlich, wer nicht lacht
und eine Trauermiene macht,
zwingt, sofort auszuwandern.*

*So kommt es, daß hier jedermann
jabraus, jahrein nicht anders kann,
als immer nur zu lächeln
und lustig und fidel zu sein,
und selbst im Traum fällt's keinem ein,
den andern durchzubechneln.*

*Man lebt hier fromm und tanzt deshalb
nicht voller Gier ums goldne Kalb,
um rasch sich zu bereichern;
drum gilt – denn Geld hat man genug! –
es nicht als nobel, fein und klug,
Moneten aufzuspeichern.*

*In dieser Stadt (sie ist nicht groß
und heißt – ach ja, wie heißt sie bloß?)
strahlt jeder vor Vergnügen
und ist gelöst und lebensfroh
und ohne Neid; denn wär's nicht so,
so würde ich ja lügen!*

Fridolin Tschudi



Der Konferenzgipfel