

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 92 (1966)
Heft: 4

Illustration: Humane Kriegsführung
Autor: Urs [Studer, Frédéric]

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

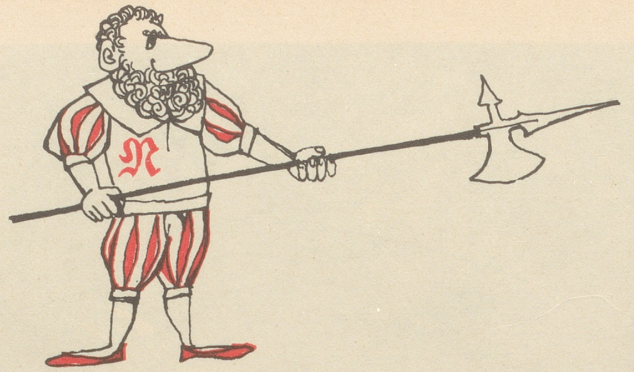
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 04.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Nebi, Guggel und Mist

Die Schweiz ist kein Einheitsstaat. Es sollte eigentlich in unserem Land keine Einfaltspinsel geben. Die Vielfalt ist es, die uns gefällt. Nicht zuletzt die Vielfalt der Landesgegenden, ihrer Bewohner, Bräuche und Sprachen. Und wenn ich einmal, wie es ums Neujahr herum so Brauch ist, dem Nebelspalter gratulieren und danken darf, dann dazu und dafür, wie er in seiner echt schweizerischen Zeitschrift die Basler, die Berner, die Zürcher, die Bündner, die Glarner zum Worte kommen und uns immer wieder der eigengrindigen Selbständigkeit und fröhlichen Buntheit der verschiedenen Landesgegenden und ihrer Sprachen oder Mundarten bewußt werden läßt. Ein Bewußtsein, das einem im Zeitalter der Vermasung, Verflachung und Verinternationalisierung doppelt wohl tut. So viel über den Nebi. Und das über Guggel und Mist: In einer Radiosendung für Autofahrer in der Schweiz zitierte die Sprecherin das salomonische Sprichwort: «Kräht der Hahn auf dem Mist, ändert das Wetter oder bleibt wie es ist.» Und weil die Sprecherin als Schweizerin auch der Dialektsprache mächtig ist, fügte sie in ihrer Mundart hinzu: «Also, liebi Hörer, wänn Si am Morge en Hahn uf em Mischthuufe gsehnd ...»

Das nette Fräulein hatte den falschen Dialekt-Hahn aufgedreht. Früh morgens wenn die Hähne krähen ... Hahn tönt zwar sehr vornehm, obwohl auch der Gockel in die Literatur eingegangen ist; wenn aber Hahn oder Gockel in Schweizer Mundart auftreten, verwandeln sie sich in Guggel. «Rot wie nen Guggel» sollte jede Schweizerin werden, deren Dialekt den Guggel zu einem Hahn degradiert, und ich wünsche ihr einen Mann mit einem Bauch, der an einen Guggelhof erinnert!

Aber was wollen Sie? Zur nämlichen Zeit vernahm ich, es mehrten sich in unserem Lande die Vertreter der neuen Generation, die nicht mehr wissen, was Anken heißt

und was unter Anken zu verstehen ist. Und als in einem dörflichen Konsumladen kürzlich ein Kind die Bestellung der Mutter ausrichtete: «Zwöhundert Gramm Hamme», schauten sich die vier (schweizerischen!) Verkäuferinnen verdutzt an, was das wohl heißen sollte und sein könnte.

Das sind so drei Beispiele vom Aussterben unserer Dialekte oder Mundarten. Sie wären leider zu vielfältigen. Aber was nützt das Schimpfen? (Auch das Geschimpfe über die Verfremdung unseres Landes durch Ausländer, dessen sich seltsamerweise mit Vorliebe Schweizer befleißigen, die für unsere einheimischen, bodenständigen Dialekte sehr wenig übrig haben.) Ich will mich für diesmal damit begnügen, den Nebilesern zwei Bücher zu empfehlen: «Holderbluescht», alemannisches Mundart-Lesebuch, herausgegeben von Georg Thürer (Verlag Sauerländer, Aarau), und «Schweizer Dialekte», 20 deutschschweizerische Mundarten, herausgegeben von Robert B. Christ (Verlag Birkhäuser, Basel).

Da werden Adam und Eva in der Schweiz nicht nur die Augen, sondern auch die Ohren aufgehen!

Philipp Pfefferkorn

Der «Echte» aus dem Emmental

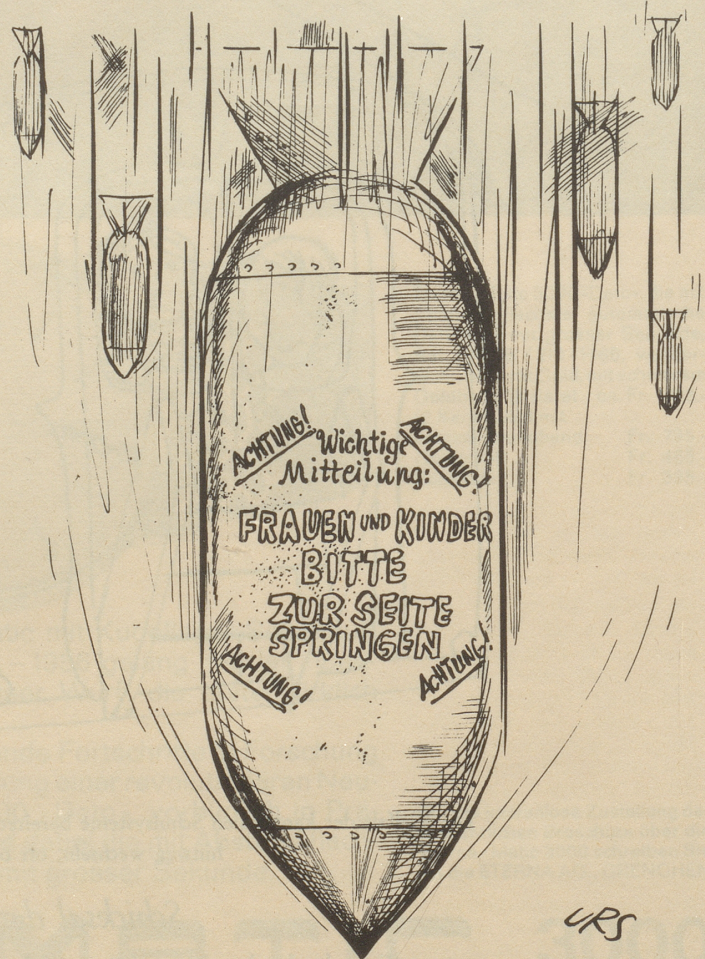
Irgendwo in der eidgenössischen Gesetzessammlung müssen ein paar Paragraphen aufbewahrt werden, die unser Schweizer Kreuz nur beschränkt verwendbar machen für die Zwecke der Reklame. Auch die Bezeichnung «schweizerisch» in Verbindung mit Geschäften ist im allgemeinen verpönt. Und schließlich reagiert die (Schweizerische) Nationalbank sauer, wenn jemand etwa in einem Zeitungsinserat unsere Banknoten als Blickfang reproduzieren sollte.

Was für unser Land gilt, gilt offenbar nicht, wenn wir unser Land verlassen. Kürzlich fiel mir im Pariser «Match» eine ganze Käse-

reklameseite auf. In appetitanregenden Farben wurde der «vrai Emmentaler» angepriesen, und um seine Echtheit historisch-dokumentarisch-patriotisch zu untermauern, wurde der Freiheitsbrief des Städtleins Burgdorf zum schmückenden Hintergrund des Käses auserkoren. Wenn es kein einmaliger Fall von geschmacklicher Entgleisung war, was ich für unwahrscheinlich halte – denn eine Ausgabe von Zehntausenden von Franken überlegt man sich gründlich –, so ist diese Reklameseite ein weiteres Beispiel für die berühmte Kunst des Erweckens unbewusster Werturteile und Assoziationen. Das Gehirnen des Konsumenten, so hofft

man, schaltet so: Wenn ein historisches Dokument wie der Freiheitsbrief einer schweizerischen Gemeinde nicht zu wertvoll ist, um als Einwickelpapier für den Emmentaler suggeriert zu werden, wie wertvoll muß dann solcher Käse – «achten Sie bitte darauf, auf seiner Rinde steht die Exportbezeichnung SWITZERLAND!» – sein?

Inzwischen habe ich gesehen, daß es sich um einen internationalen Werbefeldzug handelt. Assoziationen werden *in Serie* geweckt: In der deutschen Zeitschrift «Constance», auch Millionen-Auflage, stieß ich auf eine Abwandlung des gleichen Inserats – nur diesmal kein Freiheitsbrief, sondern in Ueber-



Humane Kriegsführung