

Der fröhliche Schnappschuss

Autor(en): **Schütte, Kai**

Objektyp: **Illustration**

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

Band (Jahr): **110 (1984)**

Heft 11

PDF erstellt am: **10.07.2024**

Nutzungsbedingungen

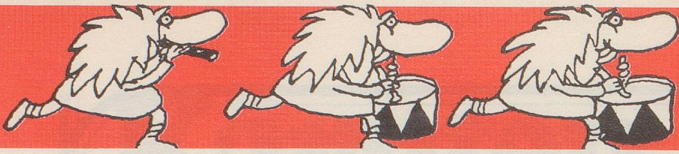
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

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.



Hanns U. Christen

Möchten Sie Basel kaufen?

Wenn Hinterkrachfültigen sich anschickt, ein Zentrum des weltweiten Tourismus werden zu wollen, so ist das mit Problemen verbunden. Denn da Hinterkrachfültigen bisher überhaupt nichts aufweist, das Touristen nicht allüberall finden können, wo es gezüpfelte Misthaufen und Geranien vor den Fenstern und ringsum liebliche Hänge hat, auf denen im Sommer die Kühe und im Winter Fuchs und Has' sich tummeln – also weil Hinterkrachfültigen genauso ein Nest ist wie andere Nester auch, muss es erst einmal das bauen, was Touristen wollen. Skilifts für den Winter, Campingplatz für den Sommer. Beschilderte Wanderwege, Bänklein am Waldrand, Abfallkörbe an Picknickplätzen, Kiosks für Souvenirs aus Taiwan und Hongkong, Pommes-frites-Buden. Das «Rössli» muss seine Terrasse überbauen, damit sie wetterfest wird, und der «Bären» muss eine Disco einrichten und das «Kreuz» ins Menü Hämbörger statt Buurewürscht aufnehmen. Und der Gemeindepolizist muss eine neue Uniform bekommen, damit ihn kein Fremder für einen Hippie in abgelegten Kleidern einer exotischen Armee ansieht, und neue Zettel für Parkbussen müssen gedruckt werden und bunte Ansichtskarten mit dem Wahrzeichen von Hinterkrachfültigen: dem anno 1893 im Stile der florentinischen Renaissance erbauten Schulhaus, umrahmt von Alpenrosen, Edelweiss und Enzian, die alle in Hinterkrachfültigen überhaupt nicht vorkommen. Ausser dem Enzian, aber der blüht nicht blau, sondern der fliesst aus Flaschen

in verschnapste Kehlen. Und noch viel mehr muss in und mit Hinterkrachfültigen geschehen, bevor es ein Zentrum des weltweiten Tourismus wird. Beziehungsweise werden könnte.

Alles das aber, verehrte Leserinnen und Leser: alles das kostet Geld. Wenn man ein Zentrum des weltweiten Tourismus werden möchte, so muss man erst saumässig viel Geld ausgeben, bevor auch nur die ersten paar Touristenfranken einrollen. Und wenn man alle die neuen Anlagen gebaut und in sie Geld verlockt hat, so muss man erst noch weitere grosse Haufen teuren Geldes in die Werbung stecken. Denn wofür nicht geworben wird, das gilt nichts.

Damit sind wir in Basel angelangt. Basel unterscheidet sich von Hinterkrachfültigen nur wenig. Die gezüpfelten Misthaufen auf Basels Strassen sind zwar den Abfallmulden gewichen, statt Fuchs und Has' leben in Basels Quartieren nur noch wilde Kainchen, aber in den anderen Dingen ist Basel ebenso ein Dorf wie Hinterkrachfültigen. Nur nicht so lebendig.

Mit Hinterkrachfültigen hat Basel auch die Absicht gemeinsam, ein Zentrum des weltweiten Tourismus zu werden. Basel hat

nämlich gemerkt, dass man an Touristen recht schön und viel Geld verdienen kann. Touristen sind ja Leute, die zu Hause bescheiden leben und fleissig Geld sparen, das sie dann in ihren Ferien mit vollen Händen für hier ein Bier und dort einen Salatteller verschleudern. Wie schön wär's, denkt man in Basel, wenn das Verschleudern in Basel stattfände! Das denkt man in Hinterkrachfültigen ja auch – beziehungsweise: man denkt dort, dass es schön wäre, wenn die Touristen ihre Batzeli in Hinterkrachfültigen verschleuderten. Nicht in Basel. Man sieht: Basel und Hinterkrachfültigen sind, trotz aller Gemeinsamkeiten, scharfe Konkurrenten!

Wo Konkurrenz herrscht, da muss die Werbung eingreifen. Die Werbung für Hinterkrachfültigen muss der Menschheit weismachen, dass es auf dieser Welt nur einen einzigen Ort gibt, an dem die Menschheit sich so richtig wohl fühlt. Und das ist Hinterkrachfültigen. Die Werbung für Basel muss der Menschheit weismachen, dass es auf dieser Welt nur einen einzigen Ort gibt, an dem die Menschheit sich so richtig wohl fühlt. Und das ist Basel.

Die Aufgabe, der Menschheit solches beizubringen, hat für Basel das Verkehrsbüro übernommen. Es kann sich, im Gegensatz zu Hinterkrachfültigen, auf eine Tatsache stützen: alles, was Touristen wollen, ist in Basel schon da. Nicht einmal Zettel für Parkbussen muss man neu drucken – sogar die sind zu Zehntausenden bereits vorhanden. Und von Sehenswürdigkeiten wimmelt es nur so. Nur mit der Werbung haperte es bisher. In Basel war man nämlich der Meinung, dass Basel so ungeheuer wichtig und so ungeheuer bekannt und überhaupt in allem so ungeheuer sei, dass jegliche Werbung völlig unnötig sei. Es wurde einiges an Werbung gemacht, aber das durfte natürlich fast nichts kosten. Man ist in Basel ja völlig davon überzeugt, dass es genügt, wenn man im Bahnhof in einer ausländischen Stadt ein Plakätlein aufhängt, auf dem das Spalentor ab-

gebildet ist – und schon werden zwei Drittel der Bewohner dieser Stadt vom unstillbaren Wunsch ergriffen, Basel zu besuchen und ihr Geld in Basel liegenzulassen.

Verehrte Leserinnen und Leser: solches hat sich geändert! Das Basler Verkehrsbüro hat einen unerhörten Erfolg in seiner Werbung errungen. Es ist ihm geglückt, vom Basler Stadtparlament einen jährlichen Staatsbeitrag von 1,255 Millionen Franken zu erhalten. Es ist ihm ferner geglückt, jedem Gast, der in Basel in einem öffentlichen Bett übernachtet, 1.20 Franken ganz legal zu entlocken. Letzteres nennt sich Gasttaxe. Bisher betrug sie nur 60 Rappen. Bei den Preisen, die man in Basel fürs Übernachten hinlegt, machen die 60 Rappen Mehrkosten nicht viel aus. Fürs Verkehrsbüro aber bedeuten sie Geld, das notwendig ist. Gasttaxen haben ja die gute Eigenschaft, dass sie um so reichlicher fliessen, je mehr Gäste in Basel die Betten besteigen. Je wirkungsvoller die Werbung, desto mehr fliesst aus den Betten in die Kasse.

«Das Verkehrsbüro verkauft Basel» hat der zuständige Regierungsrat im Parlament festgestellt. «Wir müssen Basel verkaufen wie Zahnpasta», stellte kürzlich der Präsident des Verkehrsvereins fest. Verehrte Leserinnen und Leser: gehen Sie bitte hin und kaufen Sie Basel wie Zahnpasta! Aber tun Sie mir bitte den Gefallen und behandeln Sie Basel nicht wie Zahnpasta, wenn Sie Basel konsumiert haben. Zahnpasta speit man nämlich dann aus ...

Der fröhliche Schnappschuss



Photo: Kai Schütte, Bern

Woher haben die Berner ihren Strom ...

Durch die Reibung entsteht Elektrizität ...

**Br!efau^s
Basel.**

Unsere fröhliche Fasnachtszeitung ist da! Ein Querschnitt durch die drei schönsten Basler Tage mit Beiträgen von Hanns U. Christen, Meier III und mit vielen Schnitzelbänken.

Läderli-Suus

Verlangen Sie ein Gratis-exemplar!