

Naher Osten - eingemauert

Autor(en): **Solèr, Ernst**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **113 (1987)**

Heft 37

PDF erstellt am: **09.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-619656>

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.

Naher Osten – eingemauert

Von Ernst Solèr

Wir schreiben das Jahr 2005. Mit unheimlicher Spannung schaut die Weltöffentlichkeit der Öffnung der grossen Mauer um den Nahen Osten entgegen. Der Bau der 200 m hohen und 50 m breiten Betonmauer rings um das ganze Nahostgebiet war 1987 beschlossen und unbürokratisch ausgeführt worden, nachdem sämtliche anderen Mittel, den ständigen Krisen und Kriegen der Region Einhalt zu gebieten, versagt hatten.

Von Interesse ist für politische Beobachter vor allem die Frage, ob und allenfalls wie viele Überlebende es innerhalb des nun 18 Jahre lang völlig isolierten Gebietes gegeben hat. Die Spekulationen und Gerüchte jagen sich in immer wilderer Folge, je weiter sich die ersten Bautrupps in den Eisenbeton vorgekämpft haben.

Während viele nicht an Überlebende irgendwelcher Art glauben mögen, rechnen andere damit, dass die Bautrupps sofort nach dem Durchstich von drei- und vierjährigen Iranern unter schweren Beschuss genommen werden.

Realisten sehen allerdings eher ein paar erbittert über die Regierungspolitik streitende Israelis als einzige Lebewesen, derweil hoffnungslose Schwärmer von Frieden und Glück innerhalb der Mauer träumen.

Wie immer es in dem riesigen Gebiet aussehen mag, die Weltmächte sind jedenfalls fest entschlossen dieses Schandmal mensch-

licher Existenz möglichst rasch zu entfernen. Dies nicht zuletzt auf massiven Druck nicht nur der vereinigten Arabischlehrer, sondern auch der darniederliegenden Waffenindustrie, die nach den Rekordverkäufen des Jahres 1987 total zusammengebrochen ist.

Obwohl weite Teile der Menschheit eine Öffnung der Mauer vorbehaltlos begrüßen, gab es auch kritische Stimmen. Namhafte Naturschützer rieten, mit dem Abbau der Mauer noch zuzuwarten, hätte doch die Natur in diesem vermutlich menschenfreien Gebiet die besten Voraussetzungen, sich günstig zu entwickeln. Diese Koryphäen träumten von einer Art Welt-Nationalpark, der einfach sich selbst überlassen würde.

Nun, wie Sie wissen, wurde diese Opposition überstimmt, und so stehen wir also vor der bängigen Frage: Wer überlebte den Nahen Osten?

Zahlen aus dem Supermarkt

Von Franz Fahrensteiner

Werbung ist gut, Mund-zu-Mund-Propaganda besser.

Zu diesem Schluss kommt eine Untersuchung aufgrund einer Stichprobenerhebung in mehr als zwölf Millionen amerikanischen Haushalten.

Aus dem Resultat dieser Untersuchung geht hervor, dass das Gespräch zwischen den Regalen der diversen Märkte für den Verkaufserfolg gewisser Waren von entscheidender Bedeutung ist. 42 Prozent der Einkaufsfreudigen über 50 Jahre verlassen sich nämlich auf Tips anderer Kunden, 22 Prozent kaufen nach der Zeitungs- und Zeitschriftenwerbung, 18 Prozent hingegen sehen sich zuerst die Sonderangebote an, aber nur 15 Prozent richten ihre Einkäufe nach Fernseh- und Radiowerbung.

Auch was die Kaufgewohnheiten der Kunden über 50 Jahre anlangt, gibt es für

Supermarkt-Käufer einige interessante Zahlen:

- 73 Prozent beschwerten sich über die Pakkungen der Lebensmittel. Sie seien zu umständlich und zu schwer zu öffnen.
- 56 Prozent klagen über zu lange Warteschlangen vor den Kassen.
- 23 Prozent finden den Salzgehalt der Lebensmittel zu hoch. Wie überhaupt das medizinische Bewusstsein der Käufer im Wachsen begriffen ist: 64 Prozent achten auf den Cholesteringehalt, 60 Prozent auf Salz, 53 Prozent auf Kalorien und 42 Prozent auf Koffein.
- 88 Prozent sind übrigens der Ansicht, dass man früher in den kleinen Lebensmittel-läden besser eingekauft habe. Vor allem, weil für die Hausfrauen zusätzlich der Unterhaltungstratsch inbegriffen war ...

Telex

■ Haariger Streit

Die englischen Anwaltsperücken vor Gericht sollen abgeschafft werden. Der «alte Zopf» hält aber schon Jahrhunderte ... *kai*

■ Glasnostumsteiger

Bis zu einem Viertel weniger Wodka als im Vorjahr ist in der UdSSR getrunken worden, dafür hat der Absatz von Sekt deutlich angezogen ... *kai*

■ Touristikflut

Die antideutschen Ressentiments der Holländer bleiben. Autor H. Mülisch: «Auf der einen Seite haben wir das Meer, auf der anderen Seite die Deutschen, beide könnten eines Tages über uns kommen.» *-te*

■ Ereignisse

Frau Olivera (49) bekam ihr 32. Kind. Mit 13 Jahren hatte die Argentinierin – zum Auftakt – Drillinge geboren. *ks*

■ Tödliche Wetten

Spanische Herrensohnchen haben ein neues Hobby: Mit 180 Sachen, für 100 000 Franken, 10 km lang auf der Madrider Nordautobahn – als «Geisterfahrer» ... *-te*

■ In vino veritas

Das Bordeaux-Gebiet hat den «Château Phelan-Sagur»-Wein zurückgerufen, weil «ungeniessbar». – Nun auch Frankreich: Im Wein ist Wahrheit – der Schwindel liegt im Etikett ... *kai*

■ Zum Tage

Die Naturgewalten, kommentiert von Dieter Hildebrandt: «Der Berg ruft nicht mehr – er kommt selber.» *kai*

■ Erfolg durch Blösse

Der Schweizer Anti-Aids-Fernsehspot ist auch auf ausländischen Stationen sehr gut angekommen. Ist der Erfolg wohl darauf zurückzuführen, weil es ein junges, nacktes Paar im Halbdunkel zu sehen gibt? *bi*