Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 113 (1987)
Heft: 49

Artikel: Reich werden ist nicht schweri
Autor: Hofer, Bruno
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-620892

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

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

Reich werden ist nicht schweri

Von Bruno Hofer

Simsalabim und Hokuspokus, Nebelschwaden, Rasseln, Donnergrollen und schon ist das Rezept des Reichtums geboren.

Erste Handlung: Man nehme zwei Messer und wetze sie blitzblank, dass – huiiii – sie nur so schneiden und stechen. Ausgerüstet mit derlei griffigem Instrumentarium wage man den Gang zur Zeitung. Dort erfolgt die Deponierung grossflächiger Inserate, die beinahe eine ganze Zeitungsseite überlappen, wobei nur der Titel wichtig ist, weil Kleingedrucktes ohnehin niemand liest. Doch selbst der Titel ist Nebensache, Hauptsache es steht drauf in grossen Lettern «Denner».

Magister Karl Schweri zaubert staunenden Lehrlingen in seinem Gemischt- und Spielwarenladen eins übers andere Mal ein neues Karnickel aus dem dunkelschwarzen Zylinder. Das jüngste Häschen blinkt ganz und gar golden und bildet gerade rechtzeitig mit der Auszahlung des dreizehnten Monatslohns auch gleich die Anleitung zum Glücklichsein mit viel, viel Geld. Zauberer Schweri lässt hiermit in seine Trickkiste gucken, woraus sich jeder selber bedienen möge. Es hat gewiss für manchen etwas. Es weihnachtet ja so sehr.

Am dankbarsten ist der Angriff auf das Tabakkartell. Diese bösen Buben, die dort geldscheffelnd dem armen Büezer noch das letzte Freudlein mit hohen Preisen vergällen! Gleichzeitig ist der Kampf für den Tabakkonsum ein lohnender, weil (Gesundheitsappellen zum Trotz) ja immer noch sehr viele Leute diesem Laster frönen und sich entsprechend eindecken müssen. Das Umsatzpotential ist beträchtlich.

Kniff funktioniert

Nur wäre es natürlich ausserordentlich unklug, das Tabakkartell zu brechen, indem man selber Glimmstengel billiger verkaufen würde. Das sei ferne. Wichtig ist nicht, wie billig die Zigaretten sind, wichtig ist, ob der Kunde fühlt, dass Denner für ihn da ist. Und nur für ihn. Um die ganze Nähe des Grossverteilers den Kunden im Herzen spürbar zu machen, sagt man: «Lieber Kunde, ich würde dir ja gerne die Zigaretten billiger geben, aber schau, ich gebe dir Gutscheine, die ich dann einlöse, wenn ich vor Gericht gewonnen habe.» Der geneigte Kunde, König, der er ist, weiss sich natürlich ernst genommen und ist der festen Überzeugung, bei Denner kaufe er die Zigaretten billiger als anderswo.

In Tat und Wahrheit aber gibt man – das gehört zum Rezept – natürlich nur deshalb keinen Rabatt, weil man selber einen haben will: Jenen der Tabakhersteller und Grosshändler, zu welchem man mit diesem Kniff ohne weiteres kommt.

Erster Effekt: Das Volk kauft natürlich nur bei Wohltäter Denner Woche für Woche stangenweise Zigaretten zum normalen Preis, legt Vorräte an, wer weiss, wann wieder eine ähnliche Gelegenheit kommt, stapelt Brennbares zu Hause in Estrich und Keller, errichtet Notvorräte und Tabakpolster für schlimme Rauchzeiten, grabscht fleissig Gutscheine und ist froh, einmal so richtig günstig Zigaretten eingekauft zu haben, statt bei der Konkurrenz, wo doch alles so teuer ist. Folge: Schweris Kasse stimmt. Geld auch für die Kriegskasse, mit welcher zum Beispiel USEGO-Aktien gekauft werden können.

Nun, die Jahre ziehen ins Land, Denner verliert den Bundesgerichtsprozess eben doch, was nicht schlimm ist, weil seine Kunden allmählich die Tabakgutscheine auch aus den Augen verlieren. Viele dieser Papierlein fallen Zügelterminen zum Opfer, andere sind zerknittert, einige wurden so gut versteckt, dass sie verflixterweise unauffindbar bleiben.

Bons als Joker

Obendrein hat man mittlerweile aus Einsicht in die Notwendigkeit, der eigenen Gesundheit besser Sorge zu tragen, dem Rat des Hausarztes folgend, den Tabakkonsum abgeschafft; fortgeworfen, was irgendwie an den Duft der grossen weiten Welt erinnerte, und auch die Tabakbons in heiligem Zorn entzündet und bis zur letzten Glut verbrannt.

Je länger es dauert, um so besser geht die Rechnung des Reichtums auf. Das kann so weit gehen, dass mittlerweile mit der Kriegskasse sogar die Hälfte der USEGO-Aktien aufgekauft werden konnte.

Mittlerweile sind bereits vierzehn Jahre ins Land gekommen und gegangen. Eingelöst hatte Denner aber bisher nichts. Dafür eine Volksinitiative lanciert, was neue Konsumenten in den Laden lockte, und Versprechungen gemacht, mit ähnlicher Wirkung.

Die hohe Schule der Zauberei lehrt Magister Schweri aber erst jetzt, indem er die Bons als Joker vor dem Weihnachtsgeschäft einsetzt. Als Samichlaus verkündet er die frohe Botschaft: Kommt her zu mir alle, die ihr mit Gutscheinen beladen seid, in mein Geschäft hinein und löst die Coupons ein. Bei Warenbezug mit einem Zusatzrabatt.

Name im Gespräch

Die Gutscheine, das ist ein weiterer Trick an der Sache, kann man einsetzen, wann man will. Wer genügend lange gewartet hat, ein Jahrzehnt sollte eigentlich genügen, muss nicht mit grossen Eintauschaktionen rechnen. Fürs Geschäft aber ist es gut zu verkünden, man mache jetzt Geschenke zur heiligen Zeit.

Damit zeigt sich, dass die Gutscheine im Grunde ein Joker sind. Man kann sie einsetzen, wann man will. Zum Beispiel dann, wenn die Kurse übernommener Aktien von USEGO an der Börse wieder drastisch gesunken sind, was zur Folge hat, dass die USEGO-Übernahme mangels Mitsprachemöglichkeit faktisch eine wertlose Spekulation wurde, weil auch nichts daran zu verdienen war, denn dummerweise rasselten die Kurse – Gott weiss warum – steil in den Keller. Drohende Liquiditätsfallen können jetzt mit Tabakbons gestopft werden, weil deren Verkündung, sie einzulösen, kurz vor dem Weihnachtsgeschäft eine Kaufwelle bei der Konsumentenschaft auslösen kann. Und wenn selbst das nichts hilft, gibt es ja in der freien Schweiz die Möglichkeit der Lancierung einer Volksinitiative. Man kann beispielsweise verlangen, dass Namenaktien nicht mehr an der Börse gehandelt werden dürfen, das ist zwar kompliziert zum Erklären, aber es bringt doch den Namen «Denner» ins Gespräch. So hat Magister Schweri uns gezeigt, reich werden ist gar nicht so schweri. Andere würden sagen, das Ganze sei Bauernfängerei.