

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 124 (1998)
Heft: 8

Artikel: Zuhause, daheim
Autor: Stamm, Peter / Fries, Brigitte
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-599303>

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: 24.04.2025

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



Die ganze Schweiz wartet...

«Zauberduft», «Südseetraum», «Frühling» und «Bergbrise». Vier von dreissig Duftrichtungen, in denen «Wunderbäume» verkauft werden, «Magic Trees», die groß geschätzt in jedem zehnten Auto hängen, das unser Land verstinkt. Ein Herr Sämänn hat das kleine Ding vor ich glaube vierzig Jahren erfunden. Herr Sämänn ist inzwischen weit über achtzig Jahre alt und wohnt im Tessin. Herr Sämänn gibt keine Interviews.

Was hätten wir ihn denn gefragt, wenn er uns ein Interview gegeben hätte? Wie «Fussball» riecht? (Nach Schweiß und Tränen?) Oder «No Smoking»? Oder wie sich die Duftrichtung «New Car» verkauft? Zehn Jahre lang haben wir unseren alten, stinkigen Kadett gefahren, dann schenkt uns «Car Freshner» noch einmal ein paar Tage oder besser «6 bis 8 Wochen» frischen Autoduft, wie damals, als wir jung verliebt unsere Nase in die neuen Polster des Autos versenken, als wir liebestrunken an den glänzenden Plastikverschalungen schnupperten.

Jetzt riecht der Kadett nach Zigarettenkippen, nach feuchtem Hund und Rost. «Old Car» eben. Und vielleicht ist es besser so. Die Träume von unserer jungen Liebe könnten uns verführen, die Karosse über Gebühr zu strapazieren, in einer wilden Liebesnacht ein letztes Mal zu versuchen, wieviel Feuer noch im alten Motor steckt, wieviel Feuer in uns noch steckt, die wir selbst «old» geworden sind, mit ihm zusammen, dem Wagen.

Alte Liebe rostet nicht, heisst es. Und vielleicht ist diese Liebe zum alten Auto tiefer und echter als das junge Ungestüm damals. Jetzt, wo die flachgesessenen Polster unseren Körper empfangen wie einen alten Bekannten, wo der Schalthebel sich in die Hand schmiegt, als wäre er nur für sie gemacht, wo das Quietschen der Scheibenwischer alte Erinnerungen wachruft

an nächtliche Regenfahrten. Weisst Du noch, damals, als der Keilriemen riss, als die Batterie auf dem Hund war, in der einer kalten Winternacht? Weisst Du noch, wie Du Dir am Kühler die Hand verbranntest, als das Kühlwasser kochte am Gotthard?

Eine kleine Heimat sind die achthundert Kilo Blech und Plastik geworden. Eine kleine Heimat wie der Wartesaal im Bahnhof meines Dorfes, wie der Spazierweg dem Waldrand entlang, wie die Bibliothek, wo ich immer die Zeitungen lese. Und vielleicht sucht man, wenn man älter wird, immer mehr die Heimat in allem, hängt immer mehr sein Herz an Altes, an Erinnerungen, die schöner sind, als das Erinnerung es jemals war. Langsam schleicht man sich aus der mit Vorliebe beworbenen Käuferklasse. Als Konsument geht man schon mit fünfunddreissig in Pension. Aus den Bedürfnissen, die man dann noch hat, lässt sich kein schnelles Geld mehr pressen. Das Neue interessiert uns nicht mehr das Alte aber, die Heimat, verschwindet Stück für Stück



Zuhause Daheim

Text: Peter Stamm Bild: Brigitte Fries



Am Waldrand wird gebaut, die Bibliothek wird computerisiert, der Kadett geht trotz aller Liebe den Weg allen Bleches, er verrostet.

Man hört von noch Älteren, dass sie sich kaum mehr aus dem Haus getrauen. Nicht, weil ihnen ihr Bancomat-Kärtchen entrissen werden könnte, sie haben ohnehin nie eins gehabt. Aber weil alles so gefährlich neu ist um sie herum, weil sie die Plakate nicht mehr verstehen, die in fremder Sprache für unbekannte Produkte werben, weil sie ihre Zeitschriften nicht mehr finden am Kiosk, weil der kleine Laden an der Ecke längst einer Bankfiliale gewichen ist. Nur das Dufttännchen im Auto verbreitet noch immer denselben Geruch wie vor vierzig Jahren,

«Maiglöckchen» zum Beispiel oder «Vanillearoma».

Vierzig Jahre lang derselbe Duft. Dreissigmal im Grunde derselbe unter verschiedenen Namen. Denn ob «Bouquet», «Zitrone» oder «Sportfrische», irgendwie riechen die Wunderbäume alle gleich. Irgendwie wird überhaupt alles immer gleicher. Die Zeitungen, das Bier, das Essen, die Wohnungseinrichtungen. In unzählige Szenen und Gruppen, heisst es, sei die Gesellschaft zersplittert. Und doch scheinen mir alle so gleich wie «Cardinal», «Calanda» und «Feldschlösschen». Der «Lifestyle», der aus dem Schaufenster stammt, ist nicht echt, geht nie tiefer als bis zur Calida-Unterwäsche, bei der sich alle wieder

treffen. Die Wahl aus vierzig Haartönungen, hundert Automarken, zweihundert Feriendestinationen, fünfhundert vorprogrammierten Fernsehstationen ist keine echte Wahl, wenn alle nach denselben Gesetzen entwickelt, auf denselben Maschinen hergestellt wurden.

Auch Zeitungen und Zeitschriften werden sich immer gleicher. Es wimmelt in den Zeitungen von Kommentaren, aber es gibt kaum noch unterschiedliche Standpunkte. Weil unsere Medien nicht mehr von Menschen mit Meinungen gemacht werden, sondern von Verlagen, die ihren

Inserenten ein attraktives Umfeld bieten wollen und vielleicht auch müssen. Weil Leserinnen und Leser zu Konsumtypen degradiert werden. Weil wir uns selbst dazu degradieren, indem wir unsere Leben – von der Wahl der Armbanduhr bis zur Wahl der passenden Partei – nach den vorgefertigten Mustern leben, die uns die Industrie anbietet. Weil wir im Grunde nicht mehr anders leben als die Schweine in der Mästerei, die fressen, was ihnen vorgeworfen wird. Die perfekten Konsumenten. Die still ihren Genfood verschlingen und ihr Einheitsbier saufen, die ihre Einheitszeitung durchblättern und beim Zappen durch die bunte Wunderwelt der unzähligen TV-Sender in der bequemen Polstergruppe von Möbel-Pfister langsam einschlafen. «Fürchtet euch», sagte Ingeborg Bachmann, «oder fürchtet euch nicht!»



... auf den Neuen Nebelspalter