

Die Parabel...

Autor(en): **Crevoisier, Jacqueline**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **129 (2003)**

Heft 10

PDF erstellt am: **10.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-608999>

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.

Die ultimativen Praxis-Tipps

INES GRAUWILER

Selten war es so wichtig wie in diesem Wahlherbst, dass die Kandidierenden von sich reden machen; dies gilt vor allem für diejenigen, die neu in einen der Räte Einzug halten wollen. Wie das Schweizer Volk immer wieder erfahren musste, spielt Fachkompetenz dabei keine wesentliche Rolle; wichtig ist nur, dass Sie als Kandidat die Fähigkeit besitzen, das Interesse der Medien zu wecken. Die Zeiten der Schoggi-stängeli und Kondome sind vorbei, genauso wie die Zeit der ausgewogenen Mitte. Der Wahlkampf 2003 verlangt alles von Ihnen; es darf Ihnen nichts zu links, nichts zu rechts und vor allem nichts zu blöd sein. Ist das Interesse der Medien erst geweckt, läuft Ihr Wahlkampf von alleine.

Kandidieren Sie für die SVP, könnten Sie zum Beispiel als Flugbegleiter Ausschäftungsflüchtlinge nach Afrika begleiten. Ganz scharf wären die Medien auf Filmmaterial, das Sie dabei zeigt, wie Sie einem Ausschäftenden die Handschellen signieren und ihm vor laufender Kamera verschern, dass er diese Handschellen ausnahmsweise als Souvenir von seinem Aufenthalt in der Schweiz behalten dürfe.

Eine weitere Aktion, die Medien aus der ganzen Schweiz anlocken würde, wäre die Schliessung einer Kindertagesstätte. Die Bilder, die zur besten Sendezeit über die Bildschirme in die Schweizer Wohnzimmer flimmern, könnten die Wählerinnen und Wähler davon überzeugen, dass Sie verantwortungsbewusst mit öffentlichen Geldern umgehen können und dass Sie der Familie als Grundpfei-

ler der Gesellschaft eine wichtige Position einräumen; vor allem aber können Sie den Wählern zeigen, dass Sie wissen, wo die Frauen hingehören; nämlich nach Hause.

Sind Sie ein Kandidat des linken Spektrums, können wir Ihnen empfehlen, es so zu machen, wie Sie es sonst auch zu tun pflegen: Den Bürgerlichen nachrennen und auf deren Agieren reagieren. Diese Form des Wahl-

kampfs ist zwar nicht sehr kreativ, dafür umso ehrlicher; da wissen die Wählerinnen und Wähler wenigstens, was sie nach der Wahl (nicht) zu erwarten haben. Es bestünde aber auch die Möglichkeit, dass Sie die Reaktionen als Aktionen tarnen und sich zum Beispiel vor das Flugzeug ketten, in dem gerade der SVP-Kandidat seine Autogramme auf die Handschellen kritzelt. Oder Sie könnten den Frauen, die vor der Kindertagesstätte



ihre Kinder in Empfang nehmen müssen, lila Flyer verteilen, auf denen Sie sich für die Rechte der Frau einsetzen und sich gegen die Antimenstruationspille aussprechen.

Falls Sie sich als linker Kandidat trotzdem dazu verleiten lassen sollten, eine



medienrührige Aktion zu starten, sollte es etwas sein, das Sie von Ihrer sozialen Seite zeigt. Sie könnten zum Beispiel etwas Herrenloses aufnehmen; am besten einen alten Hund. Mit dieser Aktion können sowohl linke wie auch rechte Wählerinnen und Wähler überzeugt werden; denn bei Letzteren ist es vor allem wichtig, dass keine Integrationskosten entstehen. Das Alter des Hundes ist für den Wahlerfolg nicht entscheidend; es muss aber beachtet werden, dass in vier Jahren bereits die nächsten Wahlen stattfinden werden und es dann von Vorteil wäre, dass wieder etwas Herrenloses aufgenommen werden könnte. Im Notfall bestünde natürlich die Möglichkeit, das neue Familienmitglied mit den gebrauchten Plakaten zusammen zu entsorgen; dies sollte, wie alle anderen nicht eingehaltenen Wahlversprechen aber unter Ausschluss der Öffentlichkeit stattfinden.



CHRISTOPF SONNERBERGER

Die Parabel...

... vom süßen Wahn, ein einmaliges Talent entwickelt zu haben und dem bösen Erwachen in der harten Wirklichkeit:

Ein Papagei wohnte in einer Wirtschafft. Stolz auf seine Gabe des Nachplapperns, hörte er interessiert bei allen Gesprächen zu, schnappte die Platiniden der Stammtischrunde auf und schrie sie begeistert ins

Lokal. Mit diesem Talent glaubte er sich einmalig auf der Welt. Eines Tages blieb die Käfigtür offen und der Papagei verirrete sich ins Bundeshaus. Verstört über so viel unerwartete Konkurrenz schliesst er seither die Augen von unten nach oben, denn das immerhin, das macht ihm so schnell kein Politiker nach.

Jaqueline Crevosier