

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 94 (1968)
Heft: 4

Artikel: Die Kuchenmoral
Autor: Salzmann, Friedrich
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-507469>

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: 01.04.2025

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

Kleine Anfrage

- steuermäßig erfaßt

Ein Nationalrat machte eine Kleine Anfrage: *Ob nicht der Werbeaufwand steuermäßig erfaßt werden könnte. Das brächte dem Fiskus einen wünschenswerten Mehrertrag.*

Eine hervorragende Idee!
Eine blendende Anregung!

Dahinter steckt nämlich – für den Fiskus! – viel mehr, als man auf den ersten flüchtigen Blick meinen könnte.

Wie groß wäre des Steuerzahlers Vergnügen doch zum Beispiel fürderhin vor dem Fernsehschirm, wenn er die Werbespots über Waschpulver - Waldhonig - Waschpulver - Fleischkonserven - Waschpulver - Zahnpasta - Waschpulver - Nagellack - Waschpulver ... über sich ergehen lassen könnte mit dem beruhigenden Gefühl, was dabei doch – oh, ooh! – dem Fiskus alles zugute komme an steuermäßig erfaßter Werbung.

Und wie befriedigend wäre es für den Zeitungs- und Zeitschriftenleser, wenn er die zu 80–90 % mit Inseraten belegten Seiten nunmehr nicht nur ohne Aerger, sondern sogar mit höchstem Interesse umblättern könnte, weil sie schließlich steuermäßig erfaßt und damit also seine persönlichen Steuerlasten ermäßigt werden. Denn bekanntlich werden ja Werbekosten, auch erhöhte, nie und nimmermehr auf die Produkte geschlagen. Die zahlt der liebe Gott, was sehr schön ist von ihm.

Nein wirklich: Es handelt sich hier um eine ganz schlaue Idee. Denn

weil ein sehr erheblicher Teil der Werbung ja eigentlich Information ist, würden auch die werbemäßigen Informationen steuermäßig erfaßt. Die Ladenanschrift «Sattler und Tapezierer» an einer Geschäftsstraße oder in einer Nebengasse wäre auch eine steuermäßig zu erfassende Werbung. Auch dann, wenn so und so viele Eltern äußerst dankbar sind für diesen Hinweis, wo man bei Ferienbeginn defekte Schultornister und Schülermappen flicken lassen kann. Und wer in einer Zeit, wo die Milchmänner zunehmend Freizeit heischen, froh ist, wenn er irgendwo die Aufschrift «Milchautomat» erblickt, der ist geradezu doppelt froh, wenn er weiß, daß ebendiese Aufschrift, weil Werbung, steuermäßig erfaßt wird. Fest-, Ball-, Theater- und andere Programme, deren Kosten (wie jene der Zeitungen) dank der Inserate darin niedrig sind, werden, auch wenn sie dreimal soviel kosten, sehr viel mehr Spaß machen, wenn man weiß, daß diese (meist Gefälligkeits-)Inserate steuermäßig erfaßt werden. «Hier werden Schneeketten montiert!» – steuermäßig erfaßt. «Toilette für Damen» – steuermäßig erfaßt!

«Schnelldienst für Schlüssellersatz» – steuermäßig erfaßt. «Hier billige Früchte zum Einmachen», steuermäßig erfaßt!

«Ein weites Feld ...» wie Theodor Fontane sagte, liegt da für den Fiskus. Man muß dieses Feld seriös abernten. Sehr seriös!

Nebenbei gesagt: Ein Inserat vor den nächsten Nationalratswahlen mit dem Slogan «Bürger, wählt Emil Schaffner, soz., in den Nationalrat!» – steuermäßig erfaßt!

Bruno Knobel

PS. Da obiger Artikel ebenfalls für etwas wirbt, würde er selbstverständlich auch steuermäßig erfaßt.

Die Kuchenmoral

Helvetia, die dickbusig-mütterliche, wurde ungeduldig – immer wieder, jeden Tag, die gleiche Szene am Familientisch! Agricola, die Erstgeborene, pochte auf ihre alten Rechte und beanspruchte die größte Portion Nidle zum größten Stück Kuchen. Aber sie konnte die Rechnung schon lange nicht mehr ohne die nachwachsenden Geschwister machen. Brüderlein Mercurius verstand sich ausgezeichnet aufs Fordern, und Schwesterlein Industria wußte ihren silbernen Löffel wie ein Schwert zu schwingen – ehe man sich's versah, war der mächtigste Brocken auf ihrem Teller. Allsogleich das übliche Geschrei. Laborius weinte, immer komme er zu kurz, Mutter Helvetia schob ihm heimlich eine Rosine zu, machte weitere Beschwichtigungsversuche, gab mahnende Hinweise auf gute Tischmanieren und verbarg ihre Verzweiflung, so gut es ging, hinter äußerer Gelassenheit. Lange halte ich das nicht mehr aus, dachte sie.

Da kam ihr der rettende Einfall. Sie rief die vier Kinderchen zusammen und sprach zu ihnen: «Was meint Ihr, liebe Kinder, wenn wir ab Morgen den Kuchen jeden Tag etwas größer machen bis wir schließlich einen doppelt so großen verteilen können?» «Hurrah! Bravo!!», schrien die auch sonst nicht stillen Kinderchen. «Aber», fuhr Mutter Helvetia fort, «aber nur, wenn ihr mir feierlich verspricht, nie mehr zu zanken ...» Das versprochen sie gern. Nur Laborius machte einen Vorbehalt: es müsse dann für zwei Rosinen reichen. «Aber gewiß», sagte Mutter Helvetia, und seither helfen sie alle friedlich mit – Agricola, Industria, Mercurius und Laborius –, wenn Mutter Helvetia in der Küche steht und aus köstlichen Zutaten den immer größer werdenden Kuchen backt. Moral von der Geschichte: Mit Wirtschaftswachstum geht's leichter als mit Konjunkturdämpfung.

Friedrich Salzmann

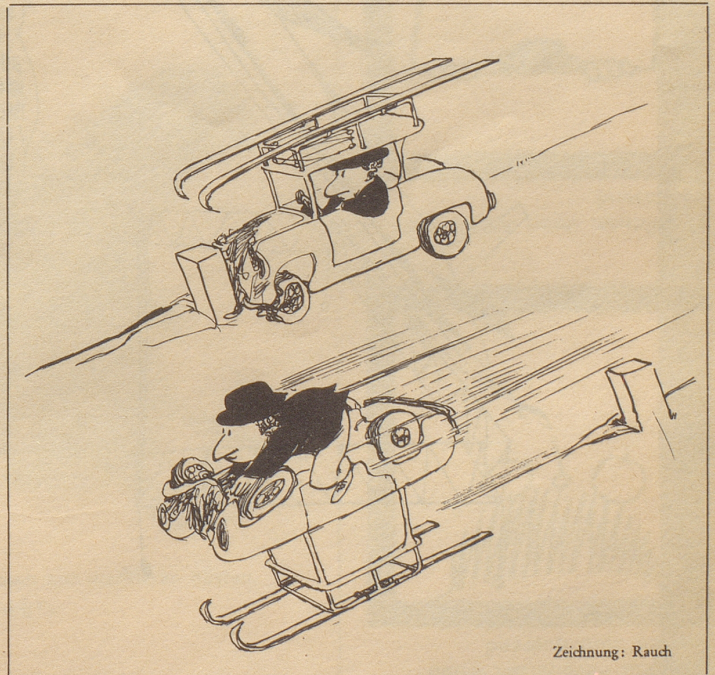
Ecke zeitnaher Lyrik



Winterabend

Eisige
zapfen
vier greisige
stapfen
durch schnee-
geweh
suchen zu viert
saft-
wirt-
schaft.

dadasius lapidar



Zeichnung: Rauch