

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 113 (1987)
Heft: 21

Artikel: Die neue Eitelkeit
Autor: Regenass, René / Stalder, Ursula
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-613364>

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: 19.03.2025

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

Die neue Eitelkeit



Chicsein ist wieder Mode. Die Jeans-Typen und Patchwork-Girls haben keine Hochkonjunktur mehr. Gewandelt hat sich das Strassenbild: Wer etwas auf sich hält, kleidet sich elegant, nach

Von René Regenass

dezentem Dernier cri. Besonders an Samstagen gewinnt man in der Stadt den Eindruck, es finde auf den Strassen eine permanente Modeschau statt. Die Männer tragen auch wieder vermehrt Hüte, ein Borsalino ist keine Seltenheit, und wer barhäuptig geht, der zeigt, dass er den Coiffeur nicht verachtet.

Was aber tun die Modeschöpfer, wenn nun beinahe alle auf den New Look umgeschwenkt haben? Das Rad lässt sich auch in der Modebranche nicht so schnell drehen. Offenbar hat sich das Auge der Designer nach innen gewandt. Und was haben sie dabei entdeckt? – Die Unterwäsche. Was den Frauen schon lange billig war – allerdings nicht, was den Preis betrifft –, soll nun den Männern ebenfalls recht sein.

Die neue Unterwäsche soll Furore machen.

Schlägt man eine Zeitschrift auf, sie muss sich durchaus nicht an die Yuppies und Poppers allein wenden, auch die biedereren Familienblätter, die den Abend der bürgerlichen Familie auffrischen und das Heim verschönern helfen, halten fleissig mit, schlägt man also eine Zeitschrift auf, so begegnen einem diese neuen Inserate: Der Mann und die Unterwäsche. Sie soll künftig nicht mehr um den Körper schlottern, nein, straff soll sie nunmehr sitzen. Aber nicht nur das. Sie wird endlich einen männlichen oder, mit dem gängigeren Wort: «maskulinen» Look aufweisen. Die Anatomie des Mannes wird betont, und was die Unterhosen bislang vernachlässigten, darf jetzt ohne Scheu und Hemmungen hervorgehoben werden. Kurz: Diese neuen Unterhosen sind sexy, was auch immer man darunter verstehen mag. Im Klartext heisst das: seitlich frei bis oberhalb der Hüftgelenke, vorne schmal, sich nach unten

verjüngend. Auf diese Weise wirken die Beine der Männer nicht mehr kurzstämmig, sondern lang, dem Trend des Partnerlooks entsprechend. Damit aber niemand auf die Idee verfällt, es handle sich um Transvestiten-Unterwäsche, wird nun – wie bereits gesagt – das männliche Attribut durch knappe Verwendung des Stoffes herausgehoben. So weit, so gut – oder jedem das Seine.

Bei einigem Nachdenken stellt sich freilich die Frage, was diese Unterwäschemode denn für einen Sinn haben soll. Wer sieht überhaupt diese Unterhosen? Ich jedenfalls zeige mich in der Unterwäsche weder auf dem Balkon noch auf der Strasse. Fällt mir nicht im Traum ein. Nicht einmal im Hochsommer. Und wie die meisten Männer bin ich kein Filmschauspieler oder Dressman, der sowas vorzuführen hat. Wenn schon die Unterwäsche allein sexy machen soll, wie kann man verführerisch wirken, ohne dass die Unterwäsche, die einer trägt, sichtbar ist?

Vielleicht bin ich vollkommen

falsch eingestellt, ist mein Gehirn nicht empfänglich für die Lock- und Balzrufe der Modebranche. Ich gucke mir ja nicht einmal die Schaufenster an.

Da wird das Verständnisdefizit liegen: Ich gehe nicht mit der Zeit. Und die heutige Zeit fordert den ganzen Menschen; das verlangt der Wettbewerb. Und weil dem anscheinend so ist, müsste ich mich schleunigst anders einkleiden – bis auf die Unterwäsche.

Blicke ich aus meiner Wohnung hinunter auf die Wäscheleinen in den mickrigen Gärten, was sehe ich? Immer mehr von der neuen Unterwäsche hängt an den Wäscheklammern, wiegt sich im Wind. Fast alle Farben sind zu entdecken. Nicht mehr lange, und ich werde mich schämen, wenn meine Unterhosen den nachbarlichen Augen freigegeben sind. Entweder schliesse ich mich der neuen Welle an, oder ich kaufe mir einen Tumbler. So oder so würde ich die Wirtschaft unterstützen. Und darum geht es doch. Es lebe der verborgene Sinn!