

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 114 (1988)
Heft: 37

Artikel: Plädoyer für Egoismus-Notvorrat
Autor: Hofer, Bruno
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-617440>

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: 30.03.2025

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

Plädoyer für Egoismus-Notvorrat

VON BRUNO HOFER

Ein Notvorrat ist etwas, das da sein muss, wenn etwas nicht mehr da ist. Diese Daseins-Notwendigkeit erfordert eine alljährlich breitangelegte, wohlbegründete philosophische Rechtfertigung. Aus diesem Grund startete jüngst im Bundeshaus die wiederum sehlichst erwartete und notwendige Kampagne zur Propagierung des Notvorrats.

Um den Gähn-Effekt beim Bürger zu vermeiden, der stets dann eintritt, wenn er erkennt, dass erneut Belästigung mit bereits schon zigmal Gehörtem eintritt, ist die Schweizerische Landesversorgungsstelle diesmal auf die brillante Idee verfallen, das Kind nicht etwa mit dem Bade auszuschütten, sondern ihm einen andern Namen zu geben.

So heisst die Notvorrats-Kampagne künftighin «Mehr zum Thema Haushaltvorrat» und kommt erst noch bebildert daher, mit einer Mutter Helvetia mit Korb. Übervoll gefüllt natürlich, denn noch geht es uns ja gut. Und zum Zeichen der auch im Angesicht der Armeeabschaffungsinitiative noch intakten Abwehrbereitschaft wurde Mutter Helvetia nicht etwa eine Mistgabel wie anlässlich der Schlacht am Stoss beigelegt, sondern ein Speer, dessen Spitze just zum Titel zeigt, der – wer hätt's gedacht – schon wieder sagt, worum es geht: Haushaltvorrat. Gewiss ein versteckter Hinweis darauf, wie notwendig Amazonen der Schweizer Armee der persönlichen Waffe bedürfen.

Das beigelegte Bild der Bundesanstalt fällt allerdings leider bereits wieder aus dem Rahmen. Der Korb der Helvetia enthält

nicht mehr das Nötigste, sondern lässt Bananen überquellen, die doch aus Ländern kommen, die allesamt böse sind. Dennoch trifft das Bild den Nagel auf den Kopf: Zwei Drittel des ausgestellten Notvorrats harret noch der Käuferschaft. Und hier liegt das Problem. Die Leute decken sich nicht ein.

Reiz-Absenz

Warum? Nachlässigkeit? Sorglosigkeit? Nein, weit schlimmer: Haushaltvorrat ist kein Reizwort. Da liegt's. Diese Reiz-Absenz herausgefunden hat das Bundesamt für wirtschaftliche Landesversorgung, das für die Kampagne verantwortlich zeichnet. Es erhellt die Gründe unter dem vielversprechenden Titel «Betrachtungen zum Thema Haushaltvorrat».



Herr Delamuraz' Gourmettip für unschöne Zeiten

Da wird nicht nur die Reiz-Absenz bekanntgemacht, sondern auch beklagt, dass dies kein «Profilierungsthema» sei, «weder öffentlich noch privat». Doch beim Klagen bleibt es nicht, das Staunen kommt hinzu. Darüber, dass dies so ist, wo es doch hier um «die eigene Haut» gehe. «Zur Erklärung der allgemeinen Interesselosigkeit könnte die bewährte Theorie von der Überflussgesellschaft hinhalten, nach welcher der Haushaltvorrat gesellschaftlich verdrängt wird, weil er ein unangenehmes Thema ist und den einzelnen dazu zwingt, über entsprechend Unangenehmes nachzudenken.»

«Unfähig zum Egoismus?»

Diese stirnenfurchenden Sätze werden unterstrichen durch die anschliessende Behauptung: «Eine andere Erklärung zur Krise des Haushaltvorrats ist die Unfähigkeit vieler einzelner zum Egoismus.» Zwei Dinge wissen wir jetzt: Es gibt keine Versorgungskrise, dafür gibt es eine Krise der Versorgung. Und zweitens: Hatte die Bevölkerung bisher lediglich gewusst, mit der Unfähigkeit zur Trauer geschlagen zu sein, tritt nun die erschütternde Erkenntnis hinzu, bisher allzustark die christliche Erziehung genossen zu haben. Die Botschaft lautet: «Christentum kann Ihre Gesundheit gefährden.»

«Der Gedanke der Vorratshaltung», so der Begleittext weiter, «ist in der Bevölkerung gut verankert und akzeptiert. Doch vor allem bei jüngeren Leuten ist Einsicht zwar da, aber der Haushaltvorrat nicht. Obwohl die gegenwärtigen gesellschaftlichen Trends narzisstische Formen zeigen, berührt die Verliebtheit ins eigene Ich keine elementaren Bereiche, genügt nicht, um Handlungsimpulse auszulösen. Oberflächlichkeit vielleicht, aber ebenso Unfähigkeit oder Unwillen, etwas Prosaisches wie Vor-

rat ernst zu nehmen. Der Egoismus und seine Ratio dagegen sprechen deutlich für das Handeln, denn der Egoismus gefährdet nie das Überlebensprinzip (...). Zu spät ist sich dann jeder selbst der Nächste, und die Auswirkungen auf die Würde des Individuums gefährden die Strukturen und die Lebensfähigkeit des staatlichen Gemeinwesens.»

Kampagne mit Methode

Mit diesen Zeilen hat die Landesversorgung bewiesen, dass sie nötig ist. Sie rückt unser verschobenes Weltbild wieder zu recht. Glücklicherweise besteht diese Instanz, die uns alljährlich sagt, was uns fehlt. Fehlt uns auch die Einsicht, hat die Kampagne doch Methode. Ist auch keine Versorgungskrise bei Nahrungsmitteln in Sicht, so herrscht wenigstens ein moralisches Defizit, das vom Landesversorgungsamt mit erhobenem Finger postuliert werden kann: Uns fehlt der Egoismus.

Darum ist ein Notvorrat an Egoismus anzulegen. Anleihen wären denkbar bei der Finanzpolitik, die ja den Egoismus und die narzisstische Verliebtheit ins eigene Portemonnaie beklagt, oder bei der Verkehrspolitik mit den Autofahrern, die wie elektrisiert am Steuer ihres Wagens kleben. Etwas Egoismus freierwerden könnte auch bei den Gewerkschaften, die auf den Lohn verzichten, weil sie ja nicht egoistisch sind.

Ein solchermassen errichtetes Lager an Egoismus-Notvorrat würde wenigstens den Bund davon entheben, das Berner Public-Relations Büro Atelier Jaquet AG erneut mit der Ausarbeitung einer Kampagne für rund 500 000 Franken zu beauftragen, weil nach Schliessung dieser letzten aller unserer Schweizerischen Versorgungslücken die Propaganda für Notvorrat überflüssig würde.

Gedankenflüge

VON PETER REICHENBACH

Der Wald stirbt.
Aber für die Bretter vor dem Kopf
wird es immer Holz geben.

*

Wenn einem Politiker der Kragen
platzt, dann hat er immer
noch einen Bauch zum Denken.

*

Klimaanlagen sind der Durchzug
unseres technischen Fortschritts.

Und sind die Zeiten
noch so schlecht, wir fühlen uns
in den besten Jahren.

*

Mein Urgrossvater besass keinen Pass,
aber er kannte seine Grenzen.

*

Verkehrsplaner sind die Stardirigenten
von Hupkonzerten.

Spot

■ Brauerei

Es ist nicht alles so neu, was Aufgehen erregt oder Schaum schlägt. In Muttens BL gibt es ein Restaurant Warteck, das längst schon mit Feldschlösschens Bier wirtschaftet ... *ea*

■ Vermehrung

Der neue *Blick Basel* verspricht: «mehr Sport», «mehr Wirtschaft», «mehr Herz», «mehr Basel», «mehr Spass». Dabei hätten die Basler sich endlich mehr Zeitung gewünscht!
oh

■ Es ist nicht wahr ...

... dass der Bundesrat dem Preisüberwacher ein Büro auf Schloss Prangins einrichten will!
-te

■ Niveau halten!

Zum Schweizer Abfall-Leitbild merkte die *Berner Zeitung* an: «Wenn wir plötzlich nur noch so viel Abfall produzieren, wie wir selber verkraften können, werden wir unseren Ruf als klassisches Exportland verlieren!»
kai

■ De facto

Der Geschäftsleitungsvorsitzende der Asea Brown Boveri AG, Edwin Somm, zur Situation: «Wir hatten in der Schweiz de facto nie ein Kernenergie-Problem. Aber wir haben eines herbeigeredet.»
-te

■ Einsicht

Autopartei-Präsident Michael E. Dreher zu einer Bundesstudie über Tempobeschränkungen: «Lachhaft die Studie! Wenn ich mit 140 km/h fahre, bin ich doch das grösste Verkehrshindernis.»
ks

■ Hamburger Ketchup

Spiegel-Entdeckung aus einem Berner Werbeprospekt: «Hier trifft sich die Schweiz. Hier freuten sich schon Goethe und Casanova, hier arbeiteten Klee und Einstein, hier wurden Toblerone und Ovomaltine geboren.»
kai