

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

Rubrik: Kurz und fündig

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>

Spaghetti auf Sondermarken?

VON BRUNO KNOBEL

Es war keine durch die hochsommerliche Hitze bedingte Fata Morgana, als ich einem Plakat von *Denner* entnehmen durfte, dass dieser Konkurrent von *Migros* als Aktion zum Gedenken an den 100. Geburtstag von Gottlieb Duttweiler ein Paket Spaghetti zum Preis von nur 25 Rappen abgibt – also zu einem Preis, wie er zu Migros-Anfangszeiten üblich gewesen sein mochte. Respekt vor *solchem* Jubiläumsgehabe!

Es gibt ja nachgerade genug «Jubiläen», die ihre Berechtigung schon aus einem *10-Jahr-Jubiläum* ableiten, wie Sprecher der elektronischen Medien immer wieder mit ermüdender Ausdauer zu formulieren wissen. Um so mehr berechtigt irgendein sogar 15jähriges Bestehen dazu, mit erheblichem Stolz plakatiert zu werden vor einem Publikum, das ein derart weltbewegendes Ereignis mit nicht zu überbietender Verblüffung und Genugtuung zur Kenntnis nimmt und sich – wie von den Urhebern wohl beabsichtigt – natürlich der entsprechenden Werbewirkung nur schwer zu entziehen vermag. «Treueprämie zum *9-Jahr-Jubiläum* unseres Super-Foto-Dienstes – bei Bestellung von ...» und so weiter!

Die Jubiläums-Sektierer

Mit Jubiläen operieren auch die PTT bei Sondermarken; sie sind darin aber – Gott sei Dank! – etwas anspruchsvoller: *50 Jahre* Vergangenheit sind das mindeste. Ob die jährliche Schwemme von Jubiläums-Sondermarken die Philatelisten tatsächlich erfreut, das weiss ich nicht. Sicher hingegen ist, dass viele es sich bei ihrer Sammlerlehre einfach nicht leisten können, sich den Kauf der Neuerscheinungen nicht zu leisten. Und das erfreut zumindest den PTT-Hauptkassier.

Ich bin weder PTT-Kassier noch Philatelist, doch freuen mich ganz allgemein hübsche Bilder und so auch solche auf Briefmarken. Aber gegen etwas weniger Sondermarken hätte ich durchaus nichts einzuwenden. Denn über die Attraktivität der Sujets auf Sondermarken der Jubiläums-Fetischisten kann man wohl sehr geteilter Meinung sein. Aber das hängt natürlich weitgehend ab vom Jubilar. Es ist ja gewiss nicht leicht, für «100 Jahre Verband öffentlicher Verkehr» oder «100 Jahre Schweizerischer Elektrotechnischer Verein» oder auch bloss für «50 Jahre Schweizer

Reisekasse» Briefmarkensujets zu kreieren, die auch noch attraktiv sind! Von «Schweizerische Landesphonothek» ganz zu schweigen. Sie werden am 25. August nächsten Jahres zu erscheinen beginnen – ich weiss nicht, zum wievielten Mal, aber ich denke, eine Sondermarke wäre auch hierfür bald fällig. Am 13. September 1989 wird ein zweiter Schub folgen: «50 Jahre BfU», «100 Jahre SMUV», «150 Jahre Bundesamt für Landestopographie» ...

Höhere Anforderungen?

Kurz – von den 21 Sondermarken des nächsten Jahres werden wieder nicht weniger als 9 irgendwelchen Jubiläen zu verdanken sein. Ihnen verdanken wir Sujets, vor denen ein normaler Mensch, und selbst ein Philatelist, wohl kaum in Ekstase geraten wird. Die Erinnerung an ein xjähriges Bestehen des Y-Verbandes oder der Z-Vereinigung dürfte ihnen unendlich gleichgültig sein, und sie dient wohl nur dem Stolz ihrer Mitglieder und der vermeintlichen Aufwertung ihrer Bedeutung.

Es erstaunt mich einigermassen, dass die PTT das Jahr 1988 nicht zum Anlass genommen haben, eine Sondermarke «50 Jahre Erstbesteigung der Eigernordwand» oder «50 Jahre Gründung der Schweiz. Totogesellschaft» herauszugeben. Vielleicht ist man bei den PTT nun doch dabei, die Anforderungen etwas höherzuschrauben. Aber gerade dann könnte es sein, dass die Flut der Jubiläums-Briefmarken noch weiter zunähme. Dann wären – zum Beispiel 1994 – Ausgaben fällig für «50 Jahre Bombardement von Schaffhausen durch US-Bomber», «50 Jahre Heiligsprechung des Niklaus von Flüe» und «50 Jahre seit (beileibe nicht der letzten) Tarifierhöhung der SBB», «50

Jahre Teilmobilmachung von Grenztruppen» oder einfach «50 Jahre August-Rekordhitze (Basel 36° und noch ohne Ozon-Alarm)» ...

Eine Marke für mehrere Jubiläen!

Das wäre wohl zuviel, ich weiss. Doch wie wäre es denn, angesichts der Vielzahl möglicher gewichtigerer Jubiläen, je eine ganze Anzahl davon auf *einer* Briefmarke zu würdigen? Beim jedes Jahr aufs neue bewiesenen graphischen Geschick der Jubiläums-Markenbild-Schöpfer dürfte es doch wohl nicht schwer sein, eine Mehrzahl von Jubiläen in *ein* Bild zu verwursten!

Für 1990 zum Beispiel sähe ich *ein* Markenbild für «100 Jahre Tessiner Putsch», «100 Jahre Tod von Gottfried Keller» und «100 Jahre seit dem Bau des ersten Saurer-Autos» – kombiniert, wie gesagt, im Sinne der Rationalisierung. Vielleicht könnte man diese Kombination für 1990 noch anreichern mit einem 50-Jahr-Politikum. 1940 nämlich kritisierte Gottlieb Duttweiler (womit ich auf den Anfang zurückkomme) den damaligen Bundespräsidenten Pilet-Golaz wegen seiner anpasserischen Haltung zu Nazideutschland und forderte dessen Rücktritt. Duttweiler wurde deshalb – wegen Verletzung der «Stillschweigepflicht» – aus der Eidgenössischen Vollmachtenkommission ausgeschlossen. So streng waren damals die Bräuche!

Und gerade darauf hinzuweisen (und damit darauf, *wie* anders es doch heute ist?), könnte zu einer wichtigen – oder überhaupt zu einer einzig legitimen – Aufgabe von Jubiläums-Sondermarken werden. Zum Vergnügen nicht nur des PTT-Hauptkassiers.

Kurz und fündig

VON PETER REICHENBACH

In der Schweiz werden 55 Werbebriefe pro Kopf und Jahr verschickt.

Zwar haben wir uns immer weniger zu sagen, aber dafür um so mehr mitzuteilen.

In einem Schweizer Kurort kann ein Gast auf Wunsch beim Bergheuet mithelfen.

Bleibt die Hoffnung: Je stotziger das Heimetli, desto tiefer die Kurtaxe ...

Herr und Frau Schweizer kaufen jährlich etwa eine Million Spraydosen, um die Luft zu erfrischen. Schade für die Umwelt, dass uns das nicht «stinkt»!

In amerikanischen Plantagen sollen bereits in naher Zukunft stehende Roboter Orangen pflücken. Bald braucht es uns nur noch zum Essen. Ob wir das verdauen?