

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 125 (1999)
Heft: 1

Artikel: Alles wird besser
Autor: Wuhrmann, Dieter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-596266>

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: 15.03.2025

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

Nebi-Variété

Alles wird besser

Dieter Wuhmann

ALLES WIRD BESSER – neuerdings auch «mein» Shampoo! Ohne irgendwelche Einspruchsmöglichkeiten meinerseits wurde es in «verbesserte Konzentration» gemischt und «mit neuem Wirkungsgrad» versehen. Dies jedenfalls teilte ein schriller Aufkleber an prominenter Stelle äusserst farbenfroh und deutlich mit. Als ob dies noch nicht reichen würde, hatte man es zusätzlich in eine neue, optisch deutlich grössere Flasche abgefüllt – und den Preis leicht erhöht. Als Gewohnheitstier erwarb ich «mein» Shampoo trotzdem und wusch mir noch am selben Abend die Haare damit, um vom Erfolgserlebnis der «Verbesserungen» zu profitieren. Obwohl auch der Inhalt der Shampooflasche in einer äusserst gewagten neuen Farbgebung daherkam – eine Art intergalaktisches Blau – konnte ich mich auch etliche Behandlungen später des Eindrucks nicht erwehren, dass die Verbesserungen meinem Shampoo vor allem äusserlich, verbal und preislich zusetzten, am Inhalt sich jedoch wenig bis gar nichts verändert hatte.

Ganz ähnliche Vorgänge spielen sich in der internationalen Geschäftswelt ab, wo neue «Verpackungen» und die damit einhergehenden Verbalien – das Image sozusagen – zunehmend wichtiger werden als «Inhalte»: Hauptsache, die äussere Erscheinung ist zeitgemäss, auch wenn darin «alter Wein in neuen Schläuchen» döst. Kommt dann noch eine Fusion mit einer anderen Firma hinzu, kann endlich das Adjektiv «besser» in allen Belangen verwendet werden, da «grösser» heutzutage schon zum Synonym für «besser» mutiert hat.

Ich wage jedoch zu behaupten, dass gewisse Dinge gar keiner Verbesserung bedürfen, möglicherweise gar nicht verbessert werden können – oder dann mit verheerender Wirkung. Es gab da beispielsweise Markenbiskuits, die ich leidenschaftlich bevorzugte und am liebsten alleine genoss. Seit sie verbessert wurden, schmecken sie meinem Hund bedeutend besser als mir. Die Marke ist durch die Verbesserung sozusagen auf den Hund gekommen. Und dies könnte noch vielem blühen, das «besser» und «besser» wird, ganz im Sinne des alten Verses: «Früher ging es uns gut, heute geht es uns besser – besser wäre, es ginge uns wieder gut.»

Wider-Sprüche

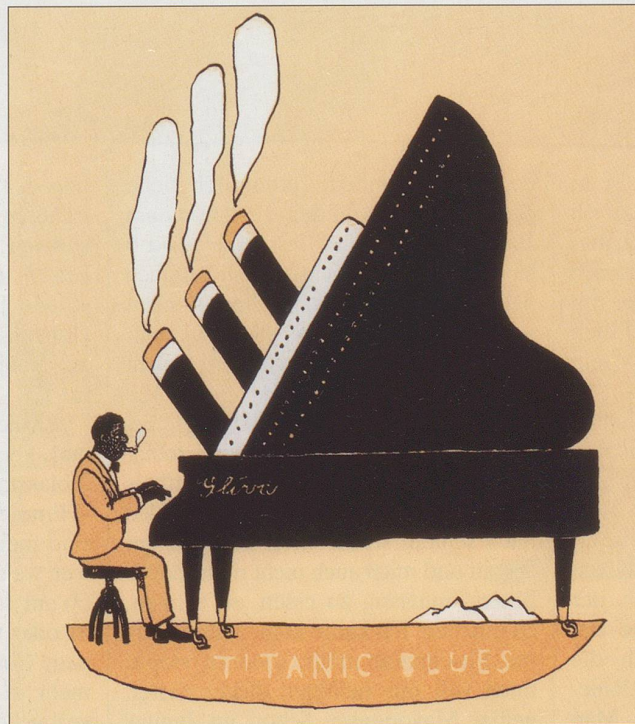
von Felix Renner

Alles bröckelt. Zum Glück! Endlich verpassen uns Endzeitklüterer den lange ersehnten Halt.

Wahrscheinlich ist «Bildung» heute nicht mehr viel anderes als das, was nach der Verfehlung sämtlicher Klassenziele übrig bleibt.

Die Sprache als gewaltige Ignorantin. Macht aus der Gewalt ein Femininum.

Handlungsskrupel passen etwa so gut zu einer differenzierten Sprache wie muntere Wursteilchen zu einem mundfaulen Dialekt.



Etwas aussagen heisst, von etwas Vertrautem Abstand nehmen.

Die Schlüsselwörter unserer Zeit sind wahrscheinlich jene, die sie scheinbar grundlos aus ihrem Sprachschatz verbannt hat.

Der Markt hat zwar weltweite Dimensionen angenommen, doch die Welt wird sich beharrlich weigern, sich auf Marktdimensionen reduzieren zu lassen.

Ein zeitgemässer Aphorismus muss die Sprache so verlangsamen, dass sie wieder attraktiv wird.

Dummheit ist das Alpha, tödlicher Bierernst ist das Omega der Satire.