

**Zeitschrift:** Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

**Herausgeber:** Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

**Band:** 96 (1989)

**Heft:** 1

  

**Vorwort:** Lupe

**Autor:** Baur, Peter

### **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:** 31.03.2025

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

# Lupe

## Individuell

«Peter Baur (Wir versichern ihn. Individuell).» In grossen Buchstaben stand ich diesem Text gegenüber, als ich einen überdimensionierten Briefumschlag öffnete. Ein früherer Gemeinderatskollege hatte das Plakätchen in der Engelberger-Bahn entdeckt, abgehängt und mir geschickt. Eigenartig die Wirkung, wenn man unerwartet mit seinem Namen konfrontiert wird. Und erst noch unbegründet. Das im übrigen fantasielos gestaltete Plakat wirbt für Risiko-Lebensversicherungen bei einer Gesellschaft, mit der ich nie etwas zu tun hatte. Später habe ich vernommen, dass mein Name auch auf Plakatwänden erschien, und die gleiche Werbung ist auch in Zeitungsinserten und mit anderen Namen anzutreffen. Die Firma ist bekannt als Kollektivversicherer. Mit dem Betonen des Individuellen will sie sich auch Einzelpersonen als Geschäftspartner vorstellen. Der Trick mit dem grossgeschriebenen Namen, selbst wenn es ein zufällig gewählter ist, eignet sich gut für die Werbung. Er fällt auf, weckt die Neugier. Vielleicht wirkt ein fremder Name sogar noch besser als der eigene. Denn die Flut von adressierten Computerbriefen, auf denen uns in jeder zehnten Zeile unser fettgedruckter Name entgegenstarrt, hat uns für solche anbiedernde Werbung immun gemacht.

Und doch, Namen sind wichtig. Mein Name gehört zu mir, auch wenn ich ihn mit anderen Menschen teile. Nach Dale Carnegie ist er das schönste und bedeutungsvollste Wort in meinem Sprachschatz. Unzählige Male habe ich ihn gehört, gelesen, geschrieben und ausgesprochen. Wer mich mit meinem Namen anspricht, meint mich persönlich. Und wenn ich meinen Namen unter ein Schriftstück setze, bringe ich damit zum Ausdruck, dass ich zum Geschriebenen stehe.

Während der letzten sechs Jahre habe ich für die «mittex» unter dem Pseudonym «Observator» geschrieben. Nicht, weil ich nicht zu meinen Beobachtungen und Überlegungen hätte stehen wollen. Der Deckname gab mir gewisse Narrenfreiheit. Ich konnte meinen privaten Gedanken nachgehen, ohne vorsichtig abwägen zu müssen, ob sie vielleicht meinen Arbeitgeber, einen angesehenen Verband, in Verlegenheit bringen könnten. Vielleicht hätten sie es nie getan. Aber wesentlich an der Freiheit ist ja, dass man sich frei fühlt. Inzwischen habe ich einen anderen Arbeitgeber. Es bleibt darum kein Anlass mehr, mich zu tarnen. Ich kann Sie persönlich, mit meinem Namen grüssen. So persönlich, wie dies über eine Zeitschrift möglich ist.

Peter Baur