Berggebet an einen Multi

Autor(en): Sigg, Hans

Objekttyp: Illustration

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin

Band (Jahr): 103 (1977)

Heft 43

PDF erstellt am: **01.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek* ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

Blümerantes von der Modefront

lese gerne Inserate. Ich habe eine ausgesprochene Schwäche für die Formulierungskünste potenter Reklamemenschen; denn ich finde, wir hätten in unserem nüchternen Zeitalter ohnehin viel zu wenig zu lachen. Unser ganzes Vakuum an Geist, Witz und Phantasie wird bald nur noch von der Werbung gefüllt. Es macht mir daher ungeheuren Spass, zu verfolgen, wie um so windungsreicher sich gewisse Reklametexter gebärden, je weniger über ein Produkt eigentlich auszusagen ist.

Deshalb hat es mich köstlich amüsiert, als ich in der Modebeilage einer Tageszeitung neu-lich auf die Anpreisungen einer weltbekannten Kosmetikfirma stiess, welche den Lesern eine Neuheit (Verzeihung: ich meine natürlich einen Look) von unwiderstehlicher Faszination wie den «Spice Market Colors» Farben des Gewürzmarktes schmackhaft zu machen versuchte und dabei, vom verführerischen Duft offenbar zu Höhenflügen hingerissen, ins Schwärmen geriet: «Setzen Sie die Segel auf ein Meer von Zinnober. Durchqueren Sie eine Wüste von Zimmet-Sand. Kommen Sie an eine der aufregenden Strassen-Kreuzungen. Folgen Sie dem Wind der Phantasie, denn die Gewürzfarben sind bereit, in einem romantischen Reichtum zu explodieren, mit vollem reifem Mund, funkelnden Wangen und satt glänzenden Nägeln.» Nun, mit dem Zinnober, sagte ich mir, mag es ja durchaus seine Richtigkeit haben, aber bei der aufregenden Strassenkreuzung (im kohlenmonoxydgeschwängerten Wohlgeruch der Strassenkreuzer?) hatte ich das Gefühl, die Werbeleute hätten ihren vollen, reifen Mund doch etwas zu voll genommen, und ich war drauf und dran, angesichts dieses romantischen Reichtums vor Zorn oder Lachen zu explodieren.

Aber es kam noch bunter! Beim Weiterlesen staunte ich nicht schlecht über die empfindsame Beschreibung der 22 phantasiereichen Farben, unter denen sich erdwarme, bronzene und kupfrige Rottöne, Pflaumenfarben, die das Glühen reifer Weine enthalten sollten, sowie Grünund Blautöne «wie das Gefieder eines Pfaus, das Ihre Augen umfächelt», befanden. Wahrhaftig: mir begann's vor den Augen bereits zu flimmern! Wie um dem

Ich kann nichts dafür, aber ich Farbenzauber noch ein spezielles Glanzlicht aufzusetzen, wurde zu allem Ueberfluss die vielleicht aufregendste Neuheit angekündigt: der kleine Compact Spice Streaker, von dem es hiess: «Der feine Staub dieses Highlighting Powders gibt dem ganzen Gesicht einen warmen, gesunden Schimmer. Der Effekt ist so zart, dass Sie einfach nicht sehen, wo die Farbe beginnt und wo sie aufhört ...»

Ganze?!

Wie lautete der Schlusssatz dieses verführerischen Farbenexkurses doch so treffend: «Diese neue Herbstmode ist zu aufregend, als dass man das letzt-Make-up verwenden jährige könnte.»

Dem bliebe nur noch hinzuzufügen: Man würde ja sonst womöglich das Gesicht verlieren und als Kosmetikfirma zugeben

Also wozu dann überhaupt das müssen, dass einem nichts Neues mehr einfällt. Am schlimmsten trifft mich dabei allerdings die Vorstellung, dass all diese beredsamen Verführungskünste dazu dienen sollen, die Frauen damit hereinzulegen, in der eitlen Hoffnung, wir Männer würden letztlich wiederum auf sie hereinfallen. Kein Wunder, dass im Herbst die Blätter fallen!

