

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 56 (1930)
Heft: 12

Werbung

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 21.01.2026

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

„Pro Juventute“

Gesetzlich geschützt!

Eine ganz kleine Betrachtung über eine ganz große Geschmacklosigkeit.

Wundern darf es mich nicht! — dass aber ausgerechnet eine Schweizerfirma auf die Idee kommen musste, das Wort «Pro Juventute» zu Reklamezwecken zu missbrauchen, das muss mich zum mindesten betrüben... doch immerhin: Eines muss ich anerkennen: Der pfiffige Reklamefachmann der betreffenden Firma hat mit seiner Idee (sprich Idäh) den Vogel abgeschossen. Wie einfach der Mann denkt. Wie kolossal simpel und unkompliziert. Und wie unendlich viel er damit seiner Firma einspart. Einfach grossartig!... nimmt einfach eines der populärsten und bestangesehenen Worte aus unserem Sprachschatz und tauft damit seine Zündhölzchen...

Pro Juventute!

... wer hätte von dieser Marke nicht schon gehört? Wem flösst dieses Wort nicht Liebe und Vertrauen ein? Wer kann sich seinem Zauber entziehen? Nicht einmal mein Onkel Ferdinand. So abgelebt er ist, so schwärmt er doch noch allzusehr pro Juventute, und ich fürchte, er wird keine anderen Zündhölzchen mehr verwenden.

Oh! Der Reklamefachmann der betreffenden Firma ist sicherlich ein Schänie und scheert sich wie alle Schänies einen Teufel um Pietät. Er meldet das Wort zum Markenschutz an und erhält diesen Schutz auch. Erhält ihn tatsächlich. «Pro Juventute» ist jetzt gesetzlich geschützte Zündholzmarke und die Firma erhält in Zukunft jährlich eine Gratisreklame auf Postmarken... sofern sie den gemeinnützigen Missbrauch ihres gesetzlich geschützten Namens überhaupt gestattet...

Zündhölzchen! Pro Juventute!

Ich habe also die Sache meinem Onkel Ferdinand erzählt und obschon er ein alter Lebemann ist und im übrigen sehr pro Juventute schwärmt, so hat er doch bedenklich den Kopf geschüttelt... Abernei!... (hat er gesagt)... aberneiau... Wie charmer bloss fir die chleine Chinder extra Zindhelzli mache (hier schüttelte er den Kopf besonders bedenklich)... extra Zindhelzli, wo mer doch dene Chleine iberhaupt kei Zindhelzli setti i d'Hend geh!

Wie gesagt, mein Onkel Ferdinand ist ein Idiot und er hat das mit dem «Pro Juventute» natürlich falsch verstanden. Aber auch diejenigen die weniger alt, und selbst solche, die noch gar nicht demoralisiert sind, werden wohl ob dem seltsamen Markennamen bedenklich den Kopf schütteln — ja — vielleicht gerade «die» am allersten.

... womit ich betreffendem Herrn Reklamefachmann durch die Blume habe merken lassen, wie ich darüber denke. Und ich würde nur eins bedauern, nämlich die Möglichkeit, daß er mich nicht eindeutig genug verstehe. H.-Rex.

BASEL

Hotel Metropole-Monopole

Das komfortable Hotel - Fließ. Wasser u. Tel. in all. Zimmern - Garage - Restaurant - Tea-Room Conditorei - Konzert-Bierhalle - Tel. S 37.64
U. A. MISLIN, Direktor.

Nur ein Schnäpschen

Die paar Tropfen!
Warum unken?
Davon wird man
Nicht betrunken.
Dabei kann ich sogar sein,
Stehen noch auf einem Bein!

Willst du ins
Verderben rennen,
Langsam dir
Den Geist verbrennen?
Kennt du nicht des Funken List,
Der die Zigarette frisst?"

Unvergleichlich
Die Vergleiche!
Seh' mich schon als
Tote Leiche!
Ist ein Deziliter täglich
Denn so schrecklich unerträglich?"

Freund, ich will nicht
Sprüche klopfen.
Selbst den Stein höhlt
Steter Tropfen!
Und ein Hirn, mit Schnaps geölt,
Wird weit schneller ausgehölt!"

Ru

TAGS NACHTS



**NUR
KAFFEE HAG**

Der kleine Walterli ist etwas verdrießlich erwacht. Die Großen haben schon zu Mittag gegessen, und so sitzt er nun allein vor seiner Suppe, die gar nicht recht schmecken will. — Am andern Ende des Tisches zeigt der auf Besuch anwesende Onkel „Phöteli“ herum. Walterli will natürlich auch schauen. Man bedeutet ihm, daß er zuerst essen müsse, da sonst die Suppe kalt werde. Als dies nichts nützt, und der Kleine anfängt zu trocken, sagt ihm seine Mama sehr energisch: „Jetz kunsch go ässe, oder 's git Tätsch!“ — Darauf der Kleine eifrig und erfreut: „Aber gäll, wenn i denn Tätsch gha ha, darf i luege!“

Großstadtgewohnheiten



Mieter:

„Dieses Appartement gefällt mir außerordentlich. Aber — hat es Wanzen?“

Vermieterin: „Wie, was, Wanzen? Hier? Nein mein Herr!“

Mieter: „Dann muß ich leider bedauern; ich miete nur mit Wanzen. Man hat so seine kleinen Gewohnheiten, nicht wahr!“