

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 77 (1951)  
**Heft:** 2

**Illustration:** Der Pelikantonsrat  
**Autor:** Boscovits, Fritz

### **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:** 25.02.2026

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

# PHILIUS KOMMENTIERT

Hier will ich nichts Tiefsinniges schreiben, sondern lediglich etwas Praktisches. Immer wieder geschieht bei der Erledigung der Neujahrspost folgendes: man will einem freundlichen Kärtchensender den Neujahrsgruß beantworten. Man schreibt einen aufrichtigen Gruß, man freut sich sogar, ihm mit einem lebenswürdigen Zeichen antworten zu können. Man hat nun das Kärtchen geschrieben und will das Kuvert mit der Adresse versehen, aber man weiß sie nicht. Man wendet Kuvert und Karte des Gratulanten und sucht die Absenderadresse, aber der gute Mann hat nur mit seinem Namen unterschrieben, und die Adresse fehlt. Nun hol ich das Adreßbuch, weiß aber nicht, ob er noch in der früheren Stadt wohnt, oder ob er den Wohnsitz gewechselt hat. Vielleicht habe ich das Adreßbuch von St. Gallen oder Luzern oder Basel auch gar nicht bei der Hand. Nun muß man daran denken, daß man nicht nur eine Karte zu beantworten hat, sondern eine ganze Beige. Man sitzt oft an seinem Schreibtisch hinter ganzen Kärtchenbergen vergraben, und wenn nun jede Karte einem solche Mühen aufbürdet, ja, dann wird uns die ganze Sitte verleidet. Man wird über dieser langwierigen Sucharbeit mißmutig, und plötzlich verliert diese Neujahrspost jenen Zauber, den sie wirklich hat. Also: schreibt eure Adressen auf die Weihnachts- und Neujahrspost.

\* \* \*

Es gibt immer wieder Zeiten, in denen das Kinoinsert in seine alte Niveaulosigkeit zurückfällt. Jetzt scheint mir da und dort dieser Rückfall wieder recht offenbar zu sein. Eine Zeitlang hat man sich Mühe gegeben, hat Takt walten lassen, hat Grafiker zur Gestaltung der Inserate aufgefordert (allerdings nur in seltenen Fällen), hat auch die Texte maßvoll gehalten. Jetzt aber ist dieses

Insertat wieder schreiend, wieder kitschig, wieder aufdringlich geworden. Die Inserate versprechen Sensationen, die der Film meistens gar nicht hält. In vielen Fällen ist der Film viel besser als sein Insertat. Es gibt Filme, in denen der Mord eine Nebenrolle spielt, oder zum mindesten ist er künstlerisch gerechtfertigt und liegt ganz im Grundsinn der



Der Pelikantonsrat

Erzählung, aber das Insertat legt sein Hauptgewicht auf diese Szene und erweckt den Anschein von Blutrünstigkeit, von atemloser Grausamkeit usw.

Wer macht nun eigentlich diese Inserate? In der Regel jemand vom Büro des Lichtspieltheaters, einer, der es eigentlich gar nicht böse meint, aber dadurch, daß er die Sprache nicht beherrscht, seinen Aussagen eine Plumpheit gibt, die er vielleicht gar nicht in dem Maße beabsichtigt hat. Und die Zeichnung läßt man von sehr untergeordneten Schmierern machen, von Schauerhelgenmachern, die ganz dem

Jahrmarktstil verhaftet sind. Da entstehen diese Helgen, die nicht nur gegen das Lichtspieltheater sprechen, sondern die auch das Gesamtniveau einer Zeitung herabsetzen. Wir wissen, daß es viele Gestalter von Inseratseiten unserer Tagesblätter recht schmerzlich empfinden, wenn sie diese Schauerhelgen verwenden müssen.

Ausschlaggebend ist natürlich der berühmte Kostenpunkt: solche Kitschbilder, auf denen das Halbnackte seinen Busen wölbt und die Schreckensgrimasse sich selber übertreibt und das Geile seine ganze Kokottenkunst in die Schale wirft, ... solche Bilder sind billiger als die Zeichnungen von anständigen Grafikern. Wir sind aber überzeugt, daß jenes Lichtspieltheater, das zum ersten Mal den Mut hätte, für seine Reklame den sauberen oder den prominenten Grafiker beizuziehen, der ganzen Kinobesuchergewelt angenehm auffallen müßte. Es zeigt sich immer wieder, daß in der Reklame das Auffallende die große Wirkung hat, und zwar kann man sowohl durch das Billige als auch (und das ist das Tröstliche) durch das Gute auffallen. Wenn morgen ein großer Kino statt Schauerquarellen, über die eine ganze Welt lacht, gute, durchgebildete Inserate aus der Hand von guten Grafikern bringt, wird das derart aus dem alten Schema des Kitsches herausfallen, daß es eben ... auffällt, und so seine gute Wirkung hat. Einer müßte es einmal probieren.

## Muttersprache!

Nach der Anleitung zur Eidgenössischen Volkszählung gälte als Muttersprache die Sprache, die man am besten beherrscht. Wenn man aber unsere Buben auf der Straße sprechen hört, muß man sagen, daß die Sprache, die sie am besten beherrschen, nicht die Muttersprache, sondern nur die Vatersprache sein kann.

fis



**COGNAC AMIRAL**

The spirit of victory!

En gros: JENNI & CO. BERN

**GONZALEZ**



**SANDEMAN**

(REGISTERED TRADE MARK)

Adel des Alters — die Weisheit!

Adel der Weine — Porto und Sherry **SANDEMAN**

**SANDEMAN** Berger & Co., Langnau/Bern

## QUALITÄTS - UHREN



**Fortis**

Im guten Uhrengeschäft erhältlich