

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 83 (1957)  
**Heft:** 51

**Artikel:** Laika und kein Ende  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-497192>

### **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.](#)

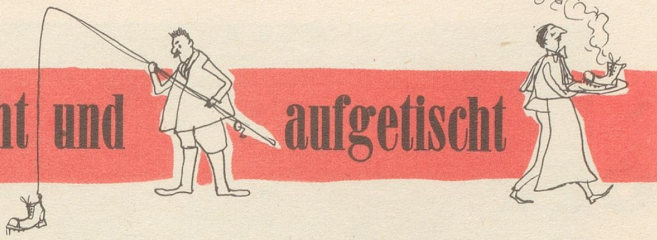
### **Terms of use**

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:** 22.05.2025

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

# aufgefischt und aufgetischt



Reklamebüros (die ja neuerdings eidgenössische Abstimmungskämpfe «schmeißen») verpflichtet werden, für ein neues Milchstatut zu werben. Denn hämmer's!  
AbisZ

## Laika und kein Ende

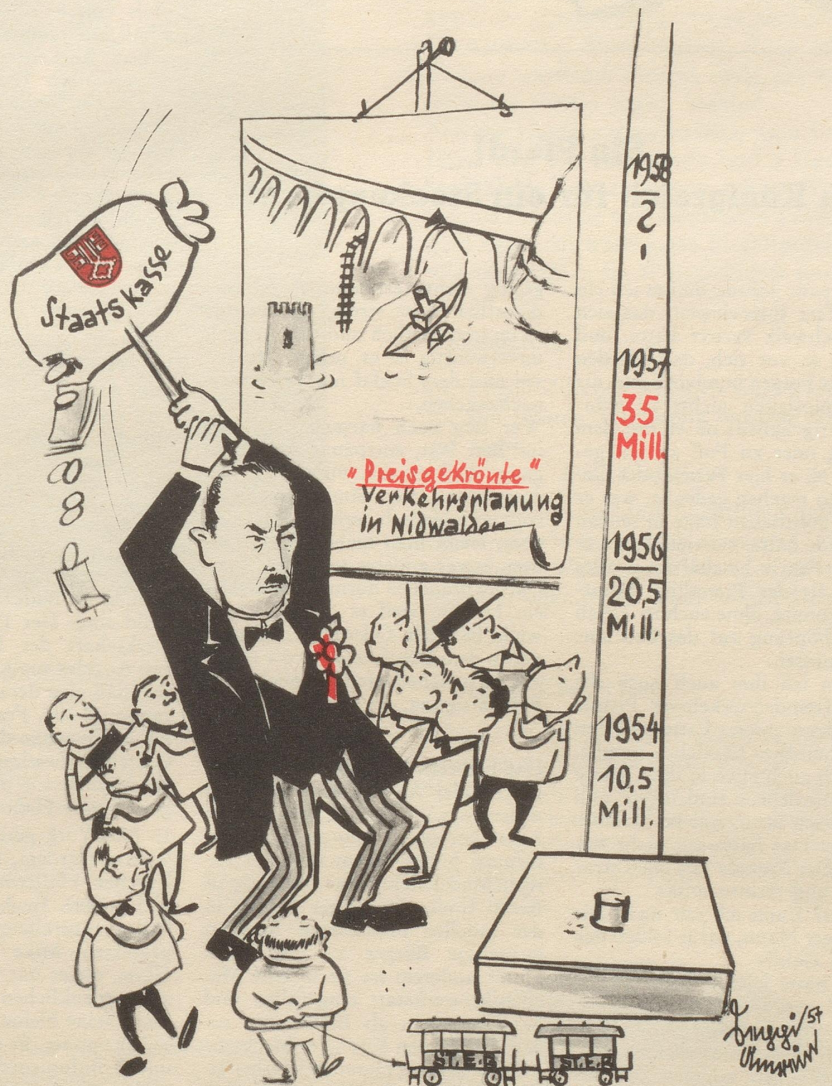
Der Londoner «Daily Sketch» schreibt: «Wir wetten eine Packung Hundekuchen, daß die Protestbriefe, die den Kreml zu verschlingen drohen, an Zahl die Proteste übertreffen, die Moskau empfangt, als Schukows blutiger Stiefel Ungarn in den Boden trat.»  
Dick

## Goethe als Fernseher

Krieg, Handel und Piraterie, Dreieinig sind sie, nicht zu trennen.  
(Faust, II. Teil) Mitgeteilt von E G

«The Hidden Persuaders» ist die erste ausführliche Beschreibung der von der amerikanischen Reklametechnik weitgehend verwendeten Motivforschung, die in ihren immer raffinierter werdenden Formen benützt wird, um den Verbraucher nicht zu überreden, sondern zu lenken, ohne daß er es weiß oder bemerkt. ... wird ihnen von den Jüngern der Verkaufstiefentechnik ein Gefühl der Unzufriedenheit und Scham eingeträufelt, weil sie nicht schon das nächstjährige Automodell fahren oder sich mit einem vorsintflutlichen Fernsehgerät begnügen, das vor drei Jahren dernier cri war. ... Die psychologischen Handlungsreisenden spionieren damit in eine Tiefe des Unterbewußtseins, in die wohl nicht einmal Freud hinabschauen wollte, wenn er geahnt hätte, daß man den Milchverkauf heute nicht mehr mit dem Hinweis auf ein gesundes Nahrungsmittel, sondern besser durch Gedankenassoziation mit der Brust fördert. Der «Kuchensymbolismus» hat herausgefunden, daß das Backen eines Kuchens bei Frauen (was fühlen männliche Köche?) «das symbolische Neuerleben des Geburtsakts» ist, und diese Erkenntnis blieb nicht bloß auf dem Papier. Woran lag es, daß der Absatz backfertiger Kuchenpulver zu wünschen übrig ließ? Die psychologischen Tiefenforscher haben die Antwort bereit: Die Hausfrau fühle sich beim Kuchenbacken überflüssig. Deshalb werden jetzt die Kuchenpulver so erzeugt, daß die Hausfrau noch die Eier hineinzutun hat, und der Absatz hat sich gehoben. ... Kinder werden bearbeitet, von ihren Eltern immer mehr zu verlangen; sie werden «psychoverführt» ... (Friedrich Keßler, London). Wie naiv sind wir doch, wir Schweizer Ehemänner! Keine Ahnung hatten wir davon, daß Kuchenbacken ein gynäkologisches und kein kulinarisches Problem ist. Und sogar unsere backenden Gattinnen glaubten, mit frischen Eiern würden Kuchen besser als mit Eipulver, wäh-

rend sie einfach den tiefenpsychologischen Verkaufsassessoren erlagen. Man lernt doch nie aus! – Allerdings: Angesichts der Tricks mit Filmstarbildchen im Kaugummi und anderer «psychoverführerischer» Machenschaften im Handel mit Kindern hatten wir schon lange die Vermutung, daß Leute schlimmster Art hinter unseren Kindern her seien. – Nun fehlt nur noch, daß die Sofia und die Lollo und andere Kurvengritten von den



Während die Regierung von Nidwalden das Monsterautobahnprojekt des kantonalen Baudirektors an den Landsgemeinden dem Volke zur Annahme empfahl, ist sie heute, angesichts der finanziellen Lasten, in eine Sackgasse geraten. Errechnete Baukosten 1954 10,5 Millionen Franken, 1956 20,5 Millionen Franken, 1957 35 Millionen Franken.

De Remigi will eifach höch obe uise!

