

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 89 (1963)
Heft: 36

Rubrik: Bärner Platte

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: 11.01.2026

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



Bärner Platte

Werbepsychologie

Man muß wissen, wie die Leute am besten zu nehmen sind bzw. wie man ihnen das Geld am leichtesten abnehmen kann. Es gibt besondere Fachleute für diese Wissenschaft, und was ihren Köpfen entspringt, ist höchst bemerkenswert.

Als unsere Väter noch jung waren, genügte es, wenn der Milchhändler in die Zeitung drucken ließ: «Empfehlung meiner geehrten Kundschaft Ia Tafelbutter.» Heute muß es heißen: «Le beurre, c'est la vie... tout ça!» oder «Professor William C. Bluffey vom International Dairy Institute, Chatterville, Mass., empfiehlt unsere Hi-Test Deluxe Konsumationsbutter mit biologischem Kasein», oder, um noch die sentimentale Masche zu erwähnen: «Durrassige, eindrucksvolle Tafelbutter! Heute durfte ich Dich zum erstenmal so richtig aufs Brot schmieren! Wie Du glänzt! Wie Du duftest! Meine unvergleichliche, meine herrliche, königliche Tafelbutter!» Sagen Sie jetzt bitte nicht, dies sei hirnverrückter Blödsinn! Sie bekämen es mit hochstehenden Fachleuten zu tun!

*

Selbst die Berner Kantonspolizei kann heutzutage nicht mehr auf psychologische Werbung verzichten. Besonders feinfühlig hat sie sich in dieser Hinsicht bei einem Inserat gezeigt, welches zum Zwecke hatte, Personal anzuheuern.

Gesucht wurden ein Polizeikommissär und Polizeirekruten. Anfänger im Werbewesen hätten hier alle in den gleichen Topf geworfen, in der zwar gutgemeinten, aber überholten Auffassung, in einer Demokratie seien alle Menschen gleich zu behandeln. Nicht so das Kantonale Polizeikommando. Dort sagte man sich ganz richtig, daß von Anfang an Ordnung herrschen müsse und daß einer, der Polizeioffizier werden will, mehr Ehrerbietung verdient als einer, der unten anfangen muß. Also schrieb man beim Kommissär: «Bewerbun-

gen mit Lebenslauf, Photo und Zeugnisschriften sind einzureichen ...», während es im Werbetext für Rekruten hieß: «Die Bewerber haben sich mit eigenhändig geschriebener Darstellung des Lebenslaufes unter Beilage einer Photo zu melden ...»

Wir schließen daraus: 1. daß man bei unserer Kantonspolizei weiß, was sich gehört, und 2. daß man dort von den Kommissären nicht verlangt, daß sie eigenhändig schreiben können.

*

Um zu zeigen, daß man auf diesem Gebiet auch Fehlspeditionen zum Opfer fallen kann, möchte ich hier noch ein weniger gutes Beispiel vorführen. Es wurde uns vom Kursaal Bern geliefert.

«Sehr geehrte Frau Doktor» stand da in 6 Millimeter hohen Lettern im Anzeiger, und darunter wurde auf einer Fläche von 14 000 Quadratmillimetern die Freude darüber ausgedrückt, daß die sehr geehrte Frau Doktor sich entschlossen habe, in den nächsten Tagen den Kursaal zu besuchen.

Nun erscheint es auf den ersten Blick gar nicht so abwegig, daß

man gerade in Bern an Standesdünkel und Titelstolz appelliert, um Gäste anzulocken. Beim zweiten Blick aber melden sich Bedenken.

Es geht doch bei einem solchen Inserat vor allem darum, Gäste zu gewinnen, die ein Portemonnaie mit gut gefülltem Notenfach mitbringen. Nun ist es aber so: Gattinnen von Ärzten und Zahnärzten haben in der Regel anderes zu tun, als den Nachmittag im Kursaal zu verbringen. Außer Ärzten und Zahnärzten gibt es aber nicht viele Berner, die außer dem Doktortitel auch noch einen gewissen Wohlstand besitzen. Die Ehefrauen der vielen Dr. iur. und rer. pol. und nat. oec., die sich in öffentlichen Ämtern von Gehaltsklasse zu Gehaltsklasse durchhungern, die Gattinnen unserer Doktoren der Chemie und Physik oder gar der Philosophen, Psychologen und Philologen – die alle würden, selbst wenn sie einfältig genug wären, auf eine solche Reklame hereinzufallen, kaum mehr als einen Thé nature und höchstens noch ein Gipfeli konsumieren. Womit der Zweck der Uebung denselben natürlich nicht erreicht hätte.

Der Inserent hat sich hier auf den längst widerlegten, aber immer noch stark verbreiteten Aberglauken gestützt, daß akademische Bildung zwangsläufig materiellen Wohlstand nach sich ziehe. Darum empfehle ich dem Kursaal,



Ein Berner namens Edi Christen

war eines Tages grad beim Misten, als ein Passant sich an ihn wandte, den er von Haut und Haar nicht kannte.

Der Fremde sprach in hohen Tönen von einer wirklich wunderschönen, mit reichem Bilderschmuck verzierten und importierten Illustrierten, die selbst verschämt verschwiegne Dinge der Leserschaft zur Kenntnis bringe, weshalb er dieses wirklich tolle Erzeugnis abonnieren solle.

Der Edi blickte auf den Mann und hob sodann zu sprechen an: «Du tonners Schtürmi was De bischt - gsehsch nid: i ha ja sälber Misch!»



daß er, wenn er seine Gäste schon klassenweise einladen will, dies auf Grund des Steuerregisters tue.

Die Anrede im Inserat würde dann beispielsweise so lauten: «Sehr geehrte Frau Kaminfegermeister!»

Ein Hauch Paris

Es kann sich zutragen, daß selbst ein Berner, der doch meist in geordneten Verhältnissen lebt und pensionsberechtigt ist, plötzlich von einer leisen Sehnsucht nach Paris befallen wird. Nicht nach der Venus von Milo, die ja nach Griechenland gehört, und auch nicht nach den Folies-Bergère, sondern nach den Boulevards, den Bistros, den Bouquinistes, nach jener bezaubernden Mischung von Liederlichkeit und Größe, von Je-m'en-foutisme und Savoir-vivre, von Schmutz und Romantik, wie es sie bei uns gar nicht geben kann, weil wir eben erstens keine Franzosen sind und zweitens gar keine sein wollen.

Was tut der Berner, wenn er von einer solchen Sehnsucht gepackt wird?

Wenn man um halb drei Uhr nachmittags am Hauptbahnhof den Zug besteigt, ist man kurz vor zehn Uhr in Paris. Die Reise dauert also nicht wesentlich länger als die von Bern nach St. Moritz.

Nur kann sich natürlich nicht jeder eine solche Reise leisten, und darum möchte ich allen parissüchtigen Bernern eine viel einfache Lösung empfehlen:

1. Man stelle sich dort, wo Bubenbergplatz und Hirschengraben zu-

sammenstoßen, an die Ecke des Gebäudes der Hypothekarkasse, und zwar ganz nahe an die Hauswand, ungefähr an jene Stelle, wo der Zeitungsverkäufer seinen Standplatz hat.

2. Man schließe die Augen und atme tief ein.

3. Man träume von Paris.

Das klingt so, als ob ich Sie zum Narren halten wollte. Bitte glauben Sie das nicht! An jener Gebäudedecke strömt nämlich aus einem Kellerfenster ein starker, typisch pariserischer Geruch. Nicht der frische Blütenduft des Marché aux fleurs, auch nicht das betörende Aroma teurer Markenparfums mit seltsamen Namen, sondern der einzigartige Geruch der Pariser Untergrundbahn, der Métro. Es muß sich dort der Ventilator einer Klimaanlage oder etwas ähnliches befinden, der die gleiche Luft ins Freie stößt, wie wir sie auf einer Métro-Station einatmen. Die Qualität dieser muffigen Warmluft ist in Worten kaum zu beschreiben. Die Hauptelemente dürfen von warmem Maschinenöl und verschwitztem Schuhwerk herrühren. Also kein ausgesprochen einschmeichelnder Duft, eher ein Gestank. Aber eben ein romantisches Gestank. Ueli der Schreiber



Interlaken — «Ohne Jacken ...»

... aber jetzt, im September, natürlich nur an der Sonne, denn um das reiche gesellschaftliche Programm zu genießen, das Interlaken seinen Gästen noch aufstellt, erscheint man selbstverständlich nicht hemdsärmelig.