

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 90 (1964)
Heft: 23

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](#)

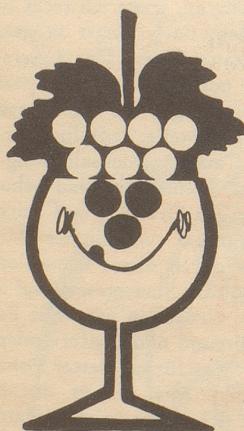
Download PDF: 14.01.2026

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



So fleissig wie die Biene
ist meine Schreibmaschine! *

* so herrlich reimt man nur auf **HERMES**



sogar
der
Nachgeschmack
ist
reinste
Freude

Merlino

Traubensaft

Ein **ÖVA** - Produkt

muß öfters die Grenze unseres trauten Heimatlandes überschreiten. Glaube mir, ich schmuggle nie, aber auch wirklich nie! Weniger weil ich dem Staate geben möchte, was des Staates ist, als einfach, weil ich ein Angsthase bin. Also kurble ich an der Grenze frohgemut die Autoscheibe herunter und schaue dem Vertreter des Finanz- und Zolldepartements vertrauenvoll in sein durch Güte, Großmut und Intelligenz geprägtes Gesicht. Wahrheitsgemäß verneine ich seine Frage nach zollpflichtigem Gut. Darauf verdüstert sich das edle Antlitz, ein Zug wehmutsvoller Trauer, ja, die ganze Tragik enttäuschten Vertrauens geht wie ein Schatten über die markanten Gesichtszüge des Finanzdepartementsinteressenwahrers. Unausgesprochen, aber körperlich fühlbar, hängt die Frage «Mein Sohn, warum belügst du mich?» im Raum. Freundlich, aber mit einem düsteren Unterton sich abzeichnenden Unheils, heißt man mich aussteigen. «Me müend e Schtichprob mache! Si müend en Moment Geduld ha!» Dieser Moment verlängert sich dann auf eine Stunde, in der ein blau-beoverallter, flinker Mann mein Auto in 132 425 Einzelteile zerlegt und sie erstaunlicherweise anschließend wieder am richtigen Ort einsetzt. Soweit – so gut! Aber, o Bethli, warum bei allen Göttern der Wahrscheinlichkeitsrechnung, muß immer ich die Stichprobe sein? Glaubst Du, daß das meinem penetrant ehrlichen und hie und da leicht blöd wirkenden Gesicht zuschreiben ist? Würde eine kosmetische Operation hier Abhilfe schaffen? Oder bin ich einfach reif für den Psychiater? Bethli, rate mir!

Roca

Lieber Roca! Ich kann nicht. Ich leide unter einem ähnlichen Schicksal: vor mir sitzt in jedem Kino, Theater, oder wo immer es etwas zu sehen gäbe, ein Sitzriese. Das ist auch nicht schön. Wir fordern offenbar beide die Götter der Wahrscheinlichkeitsrechnung heraus! Laß uns zusammen klagen. B.

Plakate sehen Dich an

Im Radio werden am Runden Tisch Fragen aller Art erörtert, im Fernsehen gibt es Forum zur Aussprache und zum Meinungsaustausch. Es sind große und noch größere Tiere, die da mitreden und gescheite Meinungen austauschen. Und ich nicht so gescheites Blümchen im Hintergrund? Wem kann ich denn meine Fragen stellen als dem Nebelpalter? Also:

1. Wieso kommt es, daß auf einem technisch vollendeten Reklameplakat eine feine Dame in schickem großem Hut und langen schwarzen Handschuhen Tomaten spaghetti isst?



Die Seite

Meine Meinung: Ich habe aus monäder Unerfahrenheit bisher nie in langen, schwarzen Handschuhen Spaghetti gegessen. Muß ich es von jetzt an tun, weil es gomilfo ist?

2. Pouletessen gehört zu den alltäglichen Genüssen. Kaminfeger, hübsche junge Damen, alles isst Poulets und beißt auf allen Plakatsäulen herhaft vom Schenkelchen ab, ohne Messer und Gabel natürlich.

Meine Meinung: Offenbar ist auch

in diesem Sektor meine altmodische Erziehung nicht mehr öptudeit, denn ich esse Poulet noch mit Messer und Gabel. Bin ich veraltet?

3. Eine Zigarettenmarke macht große Reklame auf Plakaten und in Illustrierten. Die tolle Reklamedame schaut von der Seite ins Bild mit halbgeöffnetem Mund ohne jegliches Lächeln, so daß ihr Ausdruck – wie soll ich sagen – etwas nach leichtem Schwachsinn aussieht.

Meine Meinung: In meiner Jugendzeit und auch noch etwas später hat man solche Fotos von mir einfach weggeschmissen und mir erklärt, ich sei nicht fotogen, weil ich den Mund so blöd offenstehen habe und man die Zähne doch nicht sehe.

Ist das heute wohl auch anders und muß man so in den Apparat schauen, damit man den Eindruck macht, Zigarettenrauchen sei gut und erhalte Schönheit und Intelligenz?

4. Auf einer Haarwasser-Reklame sitzt der nette junge Mann am Steuer, die Straße scharf im Auge. Neben ihm den Kopf liebevoll an seine Schulter gelehnt sitzt ein junges Mädeli, den Arm so obenhinein um ihren Liebsten geschlungen. Darf man das?

Meine Meinung: Im «Auto durch die Schweiz» warnen die Sprecher täglich vor allem, was man beim Fahren nicht tun soll. Ich halte mich gewissenhaft daran und möchte es im übrigen gar nicht leiden, wenn mir einer beim Fahren so den Arm um den Nacken legen würde. Natürlich kann ich in solchen Gefühlsdingen nicht mehr mitreden, ich gehöre ja nicht mehr zur Jugend. Weil ich aber einfach noch nicht zu den alten Schachtern gezählt werden möchte, so liegt mir unendlich viel daran, mit der modernen Zeit zu gehen. Oder hat wohl die heutige Reklame einen ganz anderen Sinn: nämlich Verbotenes und Ausgefallenes zu verwenden, um für die Qualität eines Artikels zu werben? Das wäre auch eine Möglichkeit.

Irene

