

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 91 (1965)
Heft: 23

Artikel: Wissen ist Macht
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-504812>

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

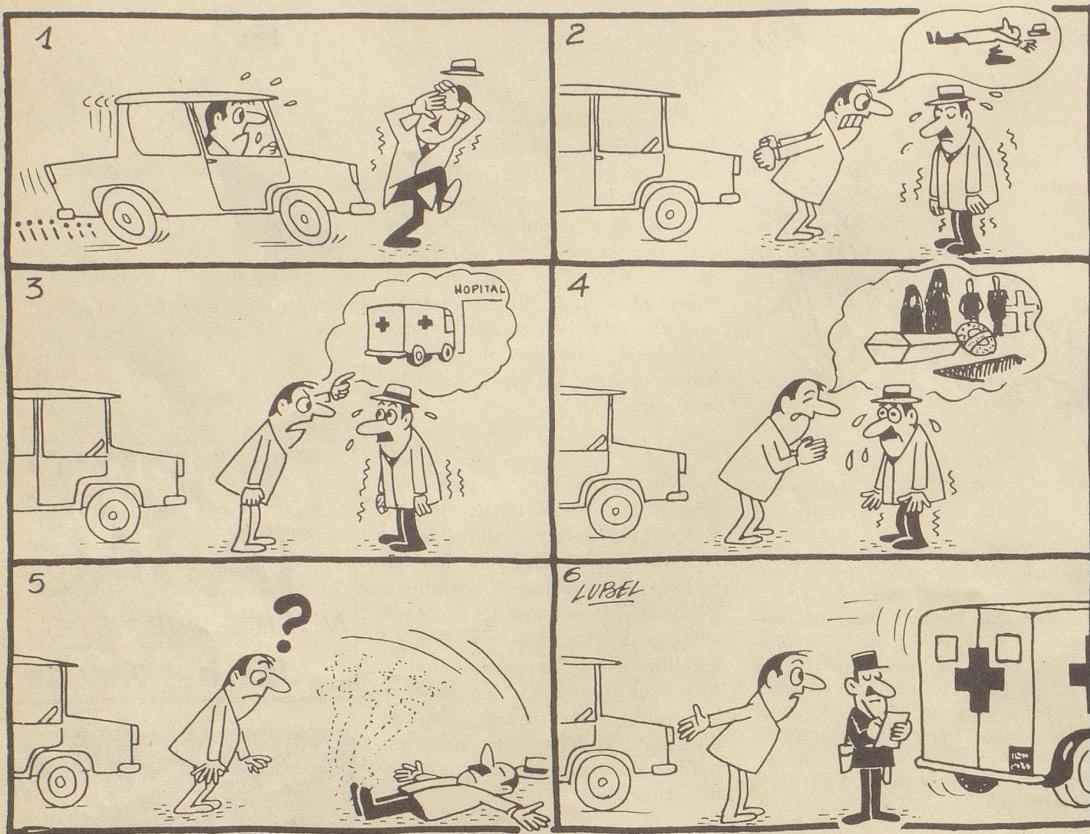
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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: 28.01.2026

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



Mit Speck fängt man Mäuse – und wen mit Inseraten?

Die Lehre vom Zweck und Erfolg des Inserates ist zu einer Wissenschaft geworden. Zu einer überaus interessanten. Denn gibt es etwas Kurzweiligeres als die Erforschung der Konsumentenbedürfnisse? Und erst die Kunst, dieses Bedürfnis künstlich zu wecken oder zu steigern!

Inserate gehen darauf aus, Käufer in den Läden, Besucher in den Saal zu locken, Waren an den Mann und erst recht an die Frau zu bringen. Je zügiger der Text, desto heftiger der Zulauf. Je verlockender das Versprechen, desto größer der Gwunder. Je anmächerliger das Angebot, desto lebhafter die Nachfrage. Wie sag ich's meinem Kinde? spielt deshalb für den Erfolg eines Inserates keine untergeordnete Rolle.

Doch grau ist alle Theorie. Beispiele her! In der nämlichen Ausgabe der *Basler Nachrichten* stieß ich auf zwei Inserate sehr unterschiedlichen Charakters, obwohl beide den gleichen Zweck verfolgten. Das erste

Inserat wies folgenden Wortlaut auf:

«Oh, ... Mutti, vielen Dank für das hübsche Geburtstagsgeschenk.»
«Ich freue mich, daß es Dir gefällt. Seid Ihr schon am Feiern?»
«Ja, aber zum Höhepunkt meiner Geburtstagsfeier kommen wir erst. Dieter hat mich nämlich in mein Lieblingsrestaurant zum Essen eingeladen.»
«Welches ist das?»
«Man isst dort ausgezeichnet in einer eleganten und vornehmen Atmosphäre. Dieter ist immer besonders über die reichhaltige Auswahl von erlesenen Weinen erstaunt.»
«Das würde ganz sicher Deinen Vater interessieren, wie heißt es denn nun?»
«Ach, jetzt weiß ich welches Restaurant Du meinst, das kann nur LC sein.»
«Richtig!»
«Wenn wir das nächste Mal nach G kommen, müssen wir unbedingt zusammen dort essen gehen. Also dann noch viel Spaß...»
«Danke. Auf Wiederhören, Mutti.»

Das zweite Inserat lautete folgendermaßen:

Zaghafte Empfehlung

Wir möchten gerne uns, bzw. unsere div. Lokale, unsere Butterküche und ff Biere einem tit. Publikum auf Ostern höfl. empfehlen, nur: Wir sind unserer Sache noch nicht ganz so sicher. Vieles ist besser geworden, aber noch lange nicht alles so wie wir's gerne möchten. Nur eins dürfen wir sagen: Ihr Besuch würde uns freuen, und ... wir würden uns Mühe geben! B

Damit nehme ich Abschied vom geneigten Nebileser und überlasse ihm die Beantwortung der Frage: Auf welchen Text würden Sie eher anbeißen? Auf welches Inserat würden Sie eher einsteigen?

Philippe Pfefferkorn



Man malte seinerzeit am Nil die Menschen meistens im Profil. (Zu dem, der das Glück an die Wand malt, kommt es!)

erstmals Fr. 120000.-
als Haupttreffer

Wissen ist Macht

«Mit däm Schuelwüsse isch es de richtig o nid alls! Won ig i d Schuel ggange bi, hets gheisse, ds Alter vo der Ärde syg anderthalb Milliarde Jahr – u hüt soll si drei Milliarde Jahr alt syl!»

«He, da gsehsch itz, wie lang daß es isch sider daß du i d Schuel ggange bisch!»

*

In solchen Fällen täten die Lehrer wohl besser, sich an den Spruch des alten Schulmeisters zu halten, der in unklaren Situationen jeweilen mit den Worten schloß: «Ja Buebe – da wär no viel z säge, we mes wüßt!»

*

«Chasch du Französisch?»
«I weiß nid, i ha no nie probiert!»

*

Die einen wissen nicht, ob sie Französisch können; andere stört es nicht, wenn sie kein Deutsch können:

«Nach ungültigen Athmosfärischen Konditionen wird der Lauf auf der Reservestrecke durch geführt. Die Fahrer sind Postauto zur Verfügung. Die Preisverteilung ist verspätet (ungefähr 1 Uhr).»

So zu lesen in der «Orientierung für die Fahrers an einer nationalen Skimeisterschaft!»

*

«Excusez – isch ächt das dert obe der Groß Bär?»
«I weiß es nid. I bi drum o nid vo hiel!»

*

«Wüßt Dihir öppis über d Gschicht vom Kanton Uri?»
«Eigentlich nid ... aber my Schwester het e Gschicht gha mit eim vo der Gotthardbahn!»

*

Der Psychiater entläßt einen Patienten aus der letzten Behandlung. Er hat dem Kranken die fixe Idee ausgetrieben, eine Maus zu sein. Plötzlich steht der Mann wieder schlotternd da:

«Herr Dokter, i cha nid furt. As hocket e Chatz uf der Gartemuurl!»
«Aber, aber! Dihir wüsset doch itz, daß Dihir e ke Muus sit!»
«Ig scho, Herr Dokter, aber d Chatz weiß es no nid!»

*

Vom Wissen zum Gewissen: «Ein schlechtes Gewissen ist besser als gar keins» schreibt Horst Wolfram Geißler.

Und bei uns heißt es etwa: «Dä het es guets Gwüsse. Ar hets no fasch nie bbrucht!»

-ti