

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 95 (1969)  
**Heft:** 30

**Illustration:** [s.n.]  
**Autor:** Rauch, Hans-Georg

### **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:** 18.04.2026

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

## Blau eingeseift

Seife ist weiß, werden Sie sich sagen und staunend fragen, ob ich denn farbenblind sei. Ich weiß, daß Seife weiß ist, und freue mich, in unserer farbenfreudigen Zeit nicht farbenblind zu sein. Um so stärker stach mir ein Inserat in die Augen, das ins Blaue lockte. Nicht nur ins Blaue. Weil die Reklame noch erfinderischer als die Liebe ist, hieß es da:

«Unsere Reklameabteilung offeriert Ihnen eine schöne Carfahrt ins Blaue.»

Und in ebenso großen Buchstaben wie «Carfahrt ins Blaue» stand daneben ein großmütiges «Gratis». Das wußte ich zwar: wir leben nicht nur im Zeitalter der Farbenfreudigkeit, sondern auch in jenem der Gratifikationen, Zugaben, Dreingaben und Geschenke. Wenn's im «Freihandel» so weiter geht, kann die Zeit nicht mehr ferne sein, wo jeder Käufer und selbstverständlich erst recht jede Käuferin für den «Einkauf» eine Prämie und mit der Sache, die nichts kostet, gleich auch noch einen Preis bekommt. Wir gehen goldenen Zeiten entgegen!

Aber bis dahin beschränke ich mich als Realist auf eine «Gratisfahrt ins Blaue», zu der mich der

Reisedienst XY AG «herzlich» mit folgendem Inserat einladet (einladet im übertragenen wie im eigentlichen Sinne des Wortes):

«Wir bieten allen Teilnehmern über 21 Jahren einen herrlichen bunten Nachmittag mit anschließendem Gratis-Zvieri in einem heimeligen Landgasthof. Unser Werbepersonal wird Sie während der Fahrt auf sämtliche Sehenswürdigkeiten aufmerksam machen und zeigt Ihnen zudem einige Neuheiten.»

Vielleicht stößt Sie der Hinweis auf die 21 Jahre. Sie dürfen also, wenn Sie noch nicht 21 sind, nicht einsteigen. Aber diese Altersgrenze hat nichts mit dem Carfahren zu tun, auch nichts mit sämtlichen Sehenswürdigkeiten. Der Ausschluß der Jugendlichen hängt eher mit ihrem Portemonnaie oder ihrer Finanzkraft bzw. Kaufkraft und Zahlungsfähigkeit zusammen. Denn – so berichten mir Leute, die schon einmal dabei waren – nach der Gratiscarfahrt und dem Gratiszvieri und den sämtlichen Gratissehenswürdigkeiten kommen abschließend «einige Neuheiten» an die Reihe, und diese Neuheiten sind in Franken zahlbar. Selbstverständlich nur, wenn Sie eine oder einige der Neuheiten bestellen und kaufen. Sie müssen nicht. Sie dürfen nur. Oder sollten fast. Wie es eben so ist, wenn man und nachdem man so viel «Gratis» bezogen hat.

Begreifen Sie nun meinen Titel? Sie brauchen deshalb nicht an ein Seifenkistenrennen zu denken; das wäre für Jugendliche unter 21 Jahren. Für die Erwachsenen mit oder ohne Bart gibt es andere Methoden, zum Beispiel blaue, um sie einzuseifen. *Philipp Pfefferkorn*

## Fabeln

nicht von La Fontaine,  
sondern von dessen Schüler N. O. Scarpi

### Das Kamel will heiraten

Ein Kamelhengst wandelt auf Freiersfüßen,  
die Ehe soll ihm das Dasein versüßen.

Er geht zum Vermittler: «Mein Lieber, sprich,  
hast du keine passende Frau für mich?»

Nun, der Vermittler zieht die Liste gleich hervor,  
er hebt das Bein und kratzt sich hinterm linken Ohr.  
Er blättert, und dann ruft plötzlich der Gute:

«Da hätte ich eine reizende Stute,  
wohlerzogen, die reinste Lilie,  
und aus besonders feiner Familie.

Ein Ahne war's, der trug den Herrscher von Iran,  
ein anderer Karl May durchs wilde Kurdistan.»

«Und die Mitgift?» will der Freier hören.

«Mehr kann man wirklich nicht begehren!

Sie erbt von ihren Eltern bald  
einen ganzen Dattelpalmenwald.»

Dem Hengst wird's sonderlich zumute.

«Wie kommt's, daß diese herrliche Stute  
ausgerechnet mich armen Kamelteufel nimmt?

Ich wittere, daß da etwas nicht stimmt.»

«Nun ja», muß der Vermittler gestehn,  
«sie ist reich und wohlerzogen und schön,  
alles an ihr ist zum Entzücken,  
mit einem Wort, sie ist ein Engel.

Doch selbst Engel haben kleine Mängel,  
und die Arme hat keinen Buckel am Rücken.»

\*

Ob Mensch, ob Kamel, es sind hienieden  
der Schönheit Maßstäbe sehr verschieden.

Zeichnung: Rauch

