

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 95 (1969)
Heft: 41

Rubrik: Telespalter

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

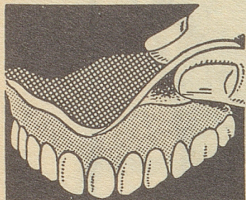
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.01.2026

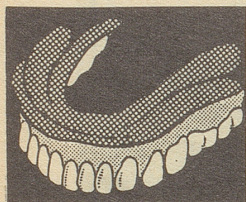
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Die Entdeckung die falsche Zähne so fest hält wie das Zahnfleisch die echten!

Keine Creme! Kein Puder! Kein Wachs- oder Kautschuk-Tampon! Sondern Kissen aus schmiegsamem Plastikmaterial, die das künstliche Gebiss der Form des Kiefers «anpassen».



Komplette Packung mit 2 Kissen (für Ober- und Unterkiefer).



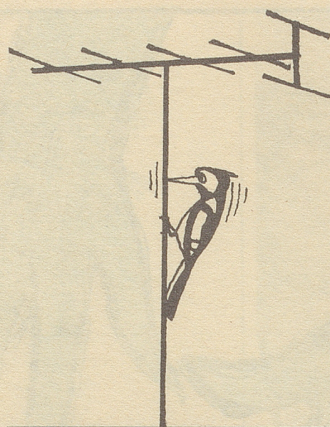
Nur anwendbar bei Prothesen aus Plastik, nicht aber bei solchen aus Gummi oder Metall.

Neu! Die SMIG-Gebiss-Kissen machen den Schmerzen und Beschwerden sofort ein Ende, die durch zu lose sitzende künstliche Gebisse entstehen. Dieses weiche Plastik-Kissen hält die Prothese fest, weil es schmiegsam und elastisch ist wie das Zahnfleisch selbst. Sie können nach Belieben essen, sprechen und lachen! Das Gebiss folgt allen Bewegungen des Kiefers, und Ihr Zahnfleisch schmerzt nicht mehr. Das SMIG-Kissen bleibt immer schmiegsam. Es kann weder hart werden noch das Gebiss beschädigen. Es schmiegt sich gefügig ein, vom ersten Augenblick des Einlegens an. Ohne Geschmack, ohne Geruch, hygienisch! Es lässt sich im Nu reinigen. Die sonst gebräuchlichen Haftmittel werden durch SMIG überflüssig. Verlangen Sie SMIG-Kissen und machen Sie den Beschwerden, die Ihnen Ihr Gebiss verursacht, ein Ende! Erhältlich in allen Apotheken u. Drogerien. Die Packung Fr. 5.80.

Enzianwurz	Bacholderbeeren	Kalmus	Pfeffermünzkraut
Salbei	Ysop	Angelikawurz	
Fenchel	Wermuthkraut		
Kamille	Goldrutenwurz		

Bündner Bitter
 Ein wunderbares Alkoholkraut, hergestellt aus Bestandteilen von 20 feinsten aromatischen Alpenkräutern und durch das Fügen von Zucker und Wermuth, ist ein ausgesprochenes Magenmittel. Es ist jederzeit eine köstliche Erfrischung und wird auch nach dem Essen mit dem besten Appetit getrunken. Nur echt mit dem Namen Bündner Bitter und dem Schutzmarke mit dem Bündner Adler.
 Kindschi Söhne A.G. DAVOS / SEIT 1860
 GUT GEKÜHLT SERVIEREN

Zeitgemäß im Geschmack: kräuterfrisch herb und rassig
 Alleinhersteller: Kindschi Söhne AG Davos/GR



Weiß, weißer, am weißesten!

Ich weiß, ein Werbespot, den unser Fernsehen (nur) für die deutsche Schweiz bringt, kostet – bei einminütiger Dauer – 6320 Franken. Und ich weiß, das Werbefernsehen trug der SRG z.B. 1967/68 etwa 37 Millionen Franken ein. Und ich weiß schließlich, daß unser Fernsehbetrieb diese Mittel nötig hat.

Es ist ferner auch verständlich, daß die Werbespots zu jenen Zeiten über die Scheibe flimmern sollten (wenigstens von Seiten der werbenden Wirtschaft her gesehen), wenn möglichst viele Leute am Schirm sitzen.

Man kann sich freilich fragen, ob diesem Wunsche der Zuschauer sich ganz einfach zu fügen habe.

Der Zeitgenosse wird von Werbung hinreichend bedrängt. Von allen Seiten. Mit allen Mitteln. Muß sie noch ungefragt in die Stube kommen?

Zwar liest man Zeitungen, und auch sie enthalten Werbung, aber dort können die Inseratenseiten überschlagen werden. Nicht so beim Fernsehen. Wer eine Nachrichtensendung verfolgt und die nachfolgende Sendung genießen will, muß

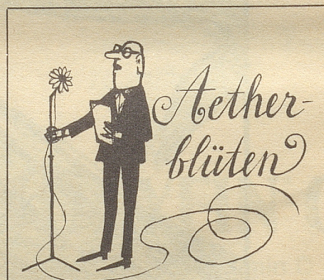
in einer ausgesparten Programmlücke auch noch jene Anpreisungen von Waschmitteln, Kosmetika, Waschmitteln, Teigwaren, Waschmitteln, Zahnpasta, Waschmitteln und Waschmitteln über sich ergehen lassen, ob er will oder nicht, obwohl seine Abendstunden ihm so kostbar sind, daß es ihm egal ist, ob er weiß, wie weiß dies oder jenes wäscht oder bi-o-lo-gisch reinigt, bleicht, schont, duftig, herrlich, und auch meine Mami ...

Ich weiß (weißer, am weißesten), daß das Fernsehen die Ertragnisse aus den Werbespots braucht.

Ich weiß (dank OMO, in der sparsamen Großpackung) aber auch, daß diese Werbung zur Unzeit bei vielen Fernsehkonsumenten nachgerade das Gegenteil dessen bewirkt, was die Werbung bezweckt.

Mir wenigstens hängen gewisse am Werbefernsehen angepreisene Produkte derart zum Halse heraus, daß ich sie niemals auch in natura sehen möchte.

Wenn die Wirtschaft endlich dazu überginge, mit ihren spots die Fernsehspots ganz allgemein etwas zu ironisieren, könnte selbst ein superweißmachendes Waschmittel mich mit dem Werbefernsehen versöhnen. Aber Witz in spots ist heute selten. Was belustigend sein soll, ist allzuoft einfältig. *Tele-Spalter*



In der Sendung «Opas Schlager-Festival» aus der Deutschen Funkausstellung in Stuttgart wurde festgestellt: «Der Rhein ist ja von der Quelle bis zur Mündung restlos durchkomponiert worden!» Ohohr

