Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 95 (1969)
Heft: 43

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: 02.10.2025

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

Wollmarke-Prestige: Natürlichkeit, die man fühlt und sieht.

Kennen Sie etwas, das wertvoller ist als die Natur? Oder gesünder? Wohl kaum.

Jetzt wissen Sie auch, warum Wollmarke-Herrenwäsche ein wenig mehr kosten darf – weil viel mehr, weil die Natur dahinter steht. Denn die Wollmarke garantiert natürliche, reine Schurwolle und weltweit kontrollierte Qualität. Kennen Sie ein anderes Material, das gesunden Tragkomfort und Pflegeleichtigkeit so ideal vereint?

In Wollmarke-Herrenwäsche fühlen Sie, dass Sie sich sehen lassen dürfen.

REINE SCHURWOLLE

weltweit Echtes
weltweit Bestes

IM REUSSTAL FOTOGRAFIERT FÜR ZIMMERLI UND DAS INERNATIONAL WOOL SECRETARIAT

REINE SCHURWOLLE
weltweit Echtes
weltweit Bestes

Wollmarke-Herrenwäsche von Zimmerli – die feinste der Welt. In Derby-Strickart, hauchdünn und wunderbar leicht. Problemlos waschbar, ohne zu filzen, ohne einzugehen.

T-Shirt SS mit Kimono-Arm Fr. 29.–.

Shirt NS ohne Arm Fr. 20.50.

Slip Fr. 19.50, selbstverständlich auch «short», «overknee» und «long» erhältlich. Bezugsquellen:
Zimmerli & Co. AG,
4663 Aarburg, Tel. 062 41 41 41.

zimmerli

chez Fritz
BUCHS
RHEINTAL
Spezialität:
Côte de bœuf
«Parisienne»
Telephon (085) 61377 Fr. Gantenbein

Bei Kopfschmerzen, Migräne, Neuralgie
Winkelmanns
WAWILU Schmerzstiller
TABLETTEN
Hersteller: Paracelsica-Labor, Lustmühle ob St. G.
In Apotheken und Drogerien
IKS Nr. 27525

Gelesen und notiert

Scotch № 10 ist Schotte. (A real Scotch Whisky.) **Eine kräftige Sache.** (Bergklima im schottischen Highland.) **Trink' ihn wer will.** (Einmalig ist nicht Durchschnitt.) **Wer ihn trinkt** (besser goutiert) **und dabei bleibt, ist ein ganzer Kerl. Nicht einer aus Samt und Seide.** (Solche bleiben nicht dabei. Too strong. They prefer lemonades. But not too much...) **Aber einer, der weiss was er will.** (Der weiss, was er wert ist.) **Ein echter** (harter) **Mann.** (The heart in the right place, on the sunny side.) **Der nicht nur was will, der bringt es auch hin.** (A personality.)

Auch Damen (No Daisies) **trinken ihn. Scotch № 10.** (Geniessen ist ein schwaches Wort.) **Nicht viele:** (Die meisten wissen kaum, wie sehr sie das Herbe lieben.) **Die aber, die ihn trinken, kennen sich und achten ihn.** (Experts.)

(And a final note:)
Am besten trinkt sich's ihn nachher. (Promille stecken drin.) **To be or not to be.** (Oder anders herum gesagt:) **Einzig und allein noch Scotch № 10 in Perspektive haben.** (Nur Schwächlinge wollen immer alles miteinander.)

Nothing for sloppy people

Liebe Rum Company,
Apropos Scotch № 10:
Sollte ich von Ihnen entweder die Scotch-Tenerick-Broschüre (gesammelte Limericks über und mit Scotch № 10) oder einen Scotch № 10-Aschenbecher als Geschenklein erhalten, so entscheide ich mich gerne für:

(Nur Schwächlinge wollen ja immer alles miteinander). Thank you for the present.

Meine Adresse:

Einsenden an
RUM CO. LTD. 4002 BASEL

Im Kampf gegen angelsächsische Überfremdung wirbt Paris in Zeitschriften und Metrowagen mit aufrüttelnden Sprüchen für die Reinhaltung der französischen Sprache. «Wenn morgen unsere Sprache eine tote Sprache ist, dann seid Ihr alle die Mörder.» Auftraggeber der patriotischen Kampagne ist die Alliance Française, und Ausführende, wie man in einem winzigen Vermerk lesen kann – Young and Rubicam, eine der größten Werbeagenturen Amerikas.

Aus dem amerikanischen Film ‹Fortune Cookie›: «Die Ehe ist wie die Armee. Jeder, der drin ist, beklagt sich und möchte raus. Aber es ist erstaunlich, wieviele sich trotzdem zu einer zweiten Dienstzeit anwerben lassen.»

Eine amerikanische Zeitung lobte Präsident Nixon für seine Sparmaßnahmen und gibt als Beispiel an: «Er hat auch Europa nicht während der Touristenhochsaison besucht.»

In einem amerikanischen Bericht über die heurige Sommermode heißt es: «Die Mode schreibt für die jungen Damen Hosen vor, die sie wie Knaben aussehen lassen und durchsichtige Blusen, um zu beweisen, daß sie es nicht sind.» Argus