

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

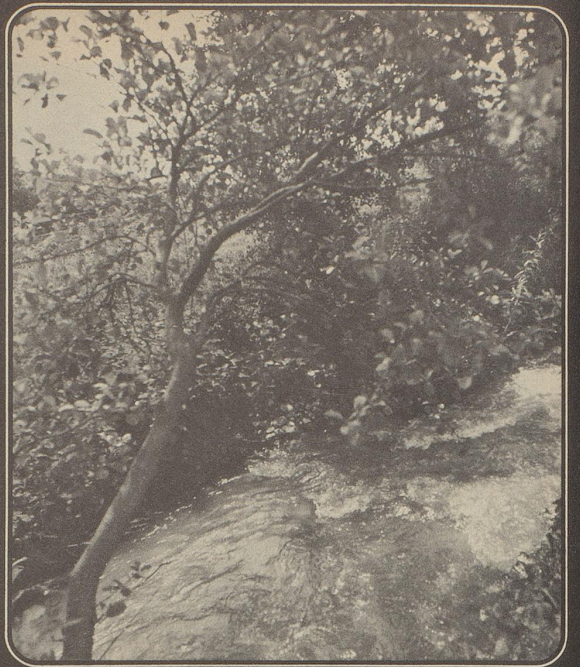
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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: 18.04.2026

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.





IM REUSSTAL FOTOGAFIERT FÜR ZIMMERLI UND DAS INTERNATIONAL WOOL SECRETARIAT DE



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
 Telefon (085) 61377 Fr. Gantenbein

Spezialität:
Côte de bœuf
 «Parisienne»

Bei Kopfschmerzen, Migräne, Neuralgie

Winkelmann's
WAWILU Schmerzstiller
 TABLETTEN

Hersteller: Paracelsica-Labor, Lustmühle ob St. G.
 In Apotheken und Drogerien
 IKS Nr. 27525

Gelesen
 und
 notiert

Scotch No 10 ist
 Schotte. (A real Scotch
 Whisky.) **Eine kräftige
 Sache.** (Bergklima im
 schottischen Highland.)
Trink' ihn wer will.
 (Einmalig ist nicht Durch-
 schnitt.) **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 No 10.
 (Geniessen ist ein
 schwaches Wort.) **Nicht**
viele: (Die meisten
 wissen kaum, wie sehr
 sie das Herbe lieben.)

Die aber, die ihn trin-
ken, 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 ge-
 sagt:) **Einzig und allein**
noch Scotch No 10 in
Perspektive haben.

(Nur Schwächlinge wollen
 immer alles miteinander.)



Nothing for
 sloppy people

Im Kampf gegen angel-
 sächsische Überfremdung
 wirbt Paris in Zeitschri-
 ften und Metrowagen mit
 aufrüttelnden Sprüchen
 für die Reinhaltung der
 französischen Sprache.
 «Wenn morgen unsere
 Sprache eine tote Spra-
 che ist, dann seid Ihr
 alle die Mörder.» Auf-
 traggeber der patrioti-
 schen Kampagne ist die
 Alliance Française, und
 Ausführende, wie man in
 einem winzigen Vermerk
 lesen kann - Young and
 Rubicam, eine der größ-
 ten Werbeagenturen Ame-
 rikas.



Aus dem amerikanischen
 Film «Fortune Cookie»:
 «Die Ehe ist wie die Ar-
 mee. Jeder, der drin
 ist, beklagt sich und möchte
 raus. Aber es ist erstaun-
 lich, wieviele sich trotz-
 dem zu einer zweiten
 Dienstzeit anwerben las-
 sen.»



Eine amerikanische Zei-
 tung lobte Präsident Ni-
 xon für seine Sparmaß-
 nahmen und gibt als Bei-
 spiel 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 Ho-
 sen vor, die sie wie Kna-
 ben aussehen lassen und
 durchsichtige Blusen, um
 zu beweisen, daß sie es
 nicht sind.» Argus

.....
 Liebe Rum Company,
 Apropos Scotch No 10:
 Sollte ich von Ihnen entweder die Scotch-
 Tenerick-Broschüre (gesammelte Limericks
 über und mit Scotch No 10) oder einen
 Scotch No 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
