

Objektyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **96 (1970)**

Heft 12

PDF erstellt am: **26.09.2024**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

### **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



# Rilke

## und die Spielbank

Seltsame Wege geht die Werbung, betreibt Philosophie, Psychologie und leider auch Poesie, und wenn die Berge gekreißt haben, ist es nicht eine lächerliche Maus, was dabei herauskommt, sondern ein Prospekt für eine Spielbank, den ich seit Jahren unter den kostbarsten Schätzen meiner Lesefruchtschale aufbewahre, und da heißt es denn: «Spielen ist eine der ursprünglichsten menschlichen Eigenschaften. Der Spielsaal erlebt dies in schönster Form: Ritterlich unterwerfen sich die Partner den internationalen Regeln.»

Hier also werden gewissermaßen die Chevaliers, die Troubadoure unserer Zeit geschult, Gawan und Parsifal üben sich im fröhlichen Buhurd, sie lernen jede Nuance des ritterlichen Spiels, erfahren, was für die Transversale simple ausbezahlt wird, lassen sich in die heiligen Mysterien des Baccara einweihen und wissen, wie man mit der ehernen Selbstbeherrschung ei-

nes Yogi den Gewinn an Badner Anilin auf den Tisch wirft oder aber auch das frisch defraudierte Geld. Natürlich fehlt es nicht an der Damen schönem Kranz. Der Prospekt zeigt sie uns, charmante Frauen, tief dekolletiert, den Einsatz im Händchen, die Züge ernst und gesammelt, als gälte es, die neueste Kunde vom Geliebten zu erfahren, der im Heiligen Land gegen die Mohren kämpft.

Nein, keine Kapuzinerpredigt! Spielt, wenn euer Herz danach verlangt und die eigene Brieftasche es verträgt! Die Roulette ist – zum mindesten nach den Regeln der Mathematik – ein redlicherer Gegner als die meisten Lotterien, die ja von dem gesetzten Geld erheblich mehr behalten als die Spielbank, wogegen sie andererseits ins Treffen führen können, daß sie ihren Nutzen einem guten Zweck zuwenden, was bei den Bankhaltern nur insoweit zutrifft, als der gute Zweck sich als Propaganda-

mittel bezahlt macht. Daß es auch hinter dem Eisernen Vorhang Lotterianleihen geben soll, wäre bei weitem nicht der unsympathischste Zug an diesen Regimes, wenn auch der Gewinner sich damit abfinden müßte, die schmähhliche Laufbahn des Kapitalisten anzutreten.

Die Spielbank, die ihre schwunghaften Geschäfte an den Grenzen Deutschlands, Oesterreichs und der Schweiz betreibt und deren neuere Werbemethoden ich nicht kenne, möge florieren oder nicht; nur daß jener Prospekt aus vergangenen Jahren behauptet, eine der ursprünglichsten menschlichen Eigenschaften – nicht Leidenschaften – erblühe in ihr in schönster Form, will einem nicht gefallen. Ferner sollte das Wort «ritterlich» nicht durch die Vermengung mit den Regeln des Baccara entwertet werden. Und die Spielbank bereits in die Tradition der «sprechenden Zeugen einer großen Vergangenheit» einzureihen, ist doch, gelinde gesagt, reichlich verfrüht gewesen.

Und schließlich hätte man die mehr oder weniger Dummen auch nicht mit Versen von Rilke an den Roulettetisch locken sollen. Im Prospekt, den ich aufbewahrt habe, sind sie zwar – aus Platzmangel, denn man muß ja in aller Ausführlichkeit darüber belehren, was auf die verschiedenen Chancen im ritterlichen Spiel ausbezahlt wird – in Prosa gedruckt, doch ihre Schönheit ist nicht ganz abzuwürgen:

Die Dörfer sind wie im Garten.  
In Türmen von seltsamen Arten  
klingen die Glocken wie Weh.  
Uferschlösser warten  
und schauen durch schwarze Schatten  
müd auf den Mittagsee.  
Und schwellende Wellen spielen  
und goldene Dampfer kielen  
leise den lichten Lauf;  
und hinter den Uferzielen  
tauchen die vielen, vielen  
Silberberge auf.

Ohne ein Rilke-Philolog zu sein, möchte der Leser meinen, daß die Uferschlösser nicht durch «schwarze Schatten», sondern durch «schwarze Scharten» müd auf den Mittagsee schauen, doch mit solchen Kleinigkeiten gab sich der Werbungskünstler des Spielkasinos nicht ab. Wenn sich nur im Reglement des ritterlichen Spiels kein Druckfehler findet! Rilke – man hat eben Kunden aller Art, und vielleicht lockten die Verse einen von ihnen, die Dividenden der Portokasse bei der Spielbank anzulegen; aber er – Rilke – hätte den Interessen des Kasinos doch weit besser gedient, wenn seine Verse etwa folgendermaßen gelautet hätten:

Die Kugel kreist in der Runde,  
es tönt den Rittern im Bunde  
das Klappern wie heimliches Weh.  
Und mit entschlossenem Munde  
gibt schlimme, gibt fröhliche Kunde  
von rouge et noir der Croupier.

Für künftige Prospekte empfiehlt sich als Dichter von Spielbankwerbungspoesie N. O. Scarpi



### Osterstimmung

(Schwizerdütsch)

Dunkelblau Veieli  
Bunti Ostereieli  
Ersteri im Väseli  
Letzteri im Gräseli  
Frühligsluft ums Huseli  
Froher Muet im Buseli.

Esra von Grindelstein

- Schmerzen?
- Grippe?
- Kopfweh?



## Aspro

### hilft schnell

#### Durchsichtig ist Trumpf!

In der Kunst ist es so: wenn man sieht, was es ist, ist es nicht modern. In der Mode ist es so: wenn man überhaupt noch etwas sieht, ist es nicht modern. Und nun wird auch bei den Möbeln durchsichtig modern. Wenn es nicht aus durchsichtigem Plastik ist, ist es nicht modern! Nicht durchsichtig, sondern immer sehenswert, modern seit vielen hundert Jahren, sind Orientteppiche. Und schönste Orientteppiche findet man bei Vidal an der Bahnhofstraße 31 in Zürich.

**BÜNDNER Röteli LIKÖR**  
aus gedörrten Bergkirschen

seit 1860

**Kindschi**

DESTILLERIE KINDSCHI SÖHNE AG DAVOS

Nebelspalter - Humorerhalter

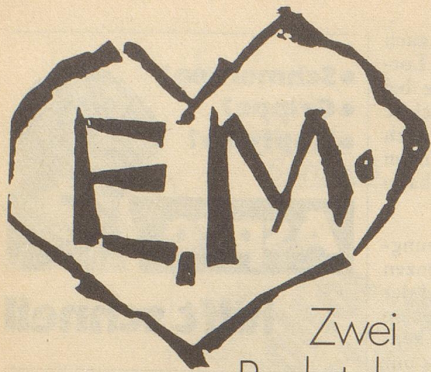
## Keine Angst...



...für mich bezahlt die  
**Christlichsoziale Krankenkasse**  
800 000 Versicherte

900 Ortssektionen — 3500 Kollektiv-Krankenversicherungsverträge — Auskunft: Christlichsoziale Kranken- und Unfallkasse der Schweiz Zentralverwaltung Zentralstr. 18, 6002 Luzern Telefon 041 / 23 62 44





Zwei  
Buchstaben,  
ein  
Versprechen.

E. M. heisst EUROPA MÖBEL. Zwei  
Worte, ein Versprechen: Wir sind die 20  
schweizerischen der 500 europäischen  
Möbelgeschäfte, die sich zur Gemein-  
schaft EUROPA MÖBEL zusammengetan  
haben.

Wir kaufen gemeinsam ein. Kraft  
unserer gemeinsamen Bedeutung  
erlangen wir von den führenden  
europäischen Möbelfabriken  
unüberbietbare Vorteile: äusserst  
scharf kalkulierte Preise; untadelige,  
konstante Qualität; exklusive Modelle  
- in herrlich grosser Auswahl.

Das ist das Ziel, das wir erreicht haben.  
Das ist das Versprechen, das wir halten.  
Prüfen Sie uns!



**EUROPA  
MÖBEL**

Möbel aus ganz Europa, aus der Schweiz –  
für die Schweiz:

**Basel:** Möbel Grob AG – **Biel:** Jost-Möbel AG  
**Brugg:** Möbel Glass AG – **Chur:** Möbel-Stocker  
**Genève:** Meubles Rolens SA – **Interlaken:**  
von Allmen-Gräf – **Lausanne:** Meubles Glass SA/  
Meubles Rolens SA – **Luzern:** Müller-Meli – **Marly:**  
Leibzig-Biland Meubles – **Neuchâtel:** Meubles Meyer  
**Räterschen:** Bühlfhof-Möbel AG – **St. Gallen:**  
Möbel Glass AG – **Visp:** Möbelhaus AG – **Wettingen:**  
Gebr. Müller AG – **Winterthur:** Bühlfhof-Möbel AG  
**Wil:** Gebr. Gamma AG – **Zofingen:** Bolliger-  
Möbel AG – **Zug:** Stierli-Möbel  
**Zürich:** Schubiger Möbel.

## GRATIS-BON

An: E.M. SCHWEIZ, Postfach 672, 2501 Biel

Bitte senden Sie mir unverbindlich Ihren  
90seitigen Farbkatalog «Möbel aus ganz  
Europa – für die Schweiz».

Vorn., Name: \_\_\_\_\_

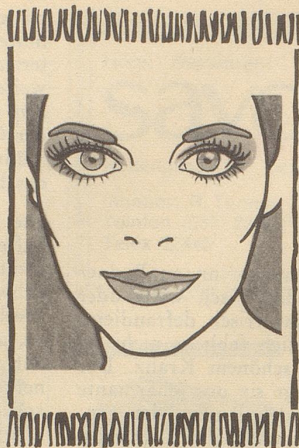
Str., Nr.: \_\_\_\_\_

Plz., Ort: \_\_\_\_\_

4 NE 1

M. 4

Grosser HOOVER-Wettbewerb



Für Ihre Teppiche  
(und für Sie)

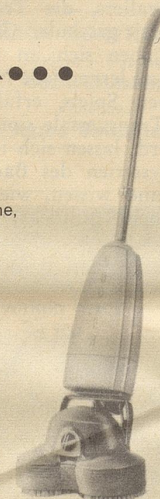
# Schönheits- und Verjüngungskur mit HOOVER...



HOOVER-Klopfsauger «Universal»...  
der einzige Apparat der Welt, der alle Teppicharten  
so überdurchschnittlich gut und schonend reinigt.  
Und zwar wirklich alle Teppiche: Wand-zu-Wand-Teppiche,  
Tüftung-Teppiche, und vom Web- und Knüpft Teppich  
bis zum Nadelfilz-Teppich.  
Denn nur der HOOVER-Klopfsauger arbeitet dreifach:  
er klopft, bürstet und saugt. Und NEU: dank der  
Spezial-Einstellung können Sie jetzt jeden Teppich  
nach Mass reinigen.

Darum haben Sie mit dem «Universal»  
die beste und schonendste Teppichpflege  
der Welt!

HOOVER-Klopfsauger schon ab Fr. 298.-



HOOVER-Shampoblocher  
**ACHTUNG:** Jeder Teppich muss  
mehrmals jährlich richtig  
shampooiniert werden. Denn ungeahnt viele Rückstände  
(von nassen Schuhen, verschütteten Flüssigkeiten, viele Arten  
von Krümel usw. usw.) «verfetten» die Teppiche. Das greift  
die Farben und das Grundgewebe derart an, dass länger nicht  
shampooinierte Teppiche sogar zu faulen beginnen.  
Und: Schmutz macht die Teppichfarben stumpf... da hilft nur  
der HOOVER-Shampoblocher!  
Weitere Anwendungen: schrubben, blochen, polieren. Fr. 298.-

## ...und so profitieren Sie vom Schönheits-Wettbewerb von HOOVER

### 1. Preis

- 3 Tage Paris für 2 Personen
- Modeschau bei Dior
- Ein Parfum von Dior
- Ein Jahresabonnement für  
eine exklusive Schönheits-  
pflege (1 x monatlich) im  
Schönheitsinstitut Ryf

### 2. Preis

- 2 Tage Rom für 2 Personen
- Modeschau bei Pucci
- ein Parfum von Pucci
- ein Halbjahresabonnement  
für eine exklusive Schön-  
heitspflege (1 x monatlich)  
im Schönheitsinstitut Ryf

### 3. bis 5. Preis

- 1 HOOVER Klopfsauger «Universal»
- 1 Beauty-Case von Winstons

### 6. bis 10. Preis

- 1 HOOVER Shampoblocher
- 1 Set Schönheitscremen von Winstons

### 11. bis 20. Preis

- 1 HOOVER Besenstaubsauger HOOVERETTE

### 21. bis 50. Preis

- 1 HOOVER Dampf- und Spray-Bügeleisen

Die Wettbewerbsformulare erhalten Sie in jedem Fachgeschäft gratis (wo Sie  
auch – unverbindlich – Klopfsauger und Blocher ansehen, vorführen lassen und  
prüfen können).

**HOOVER-Klopfsauger und HOOVER-Shampoblocher  
für die beste Teppichpflege der Welt**

