

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 97 (1971)
Heft: 24

Illustration: [s.n.]
Autor: Hürzeler, Peter

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

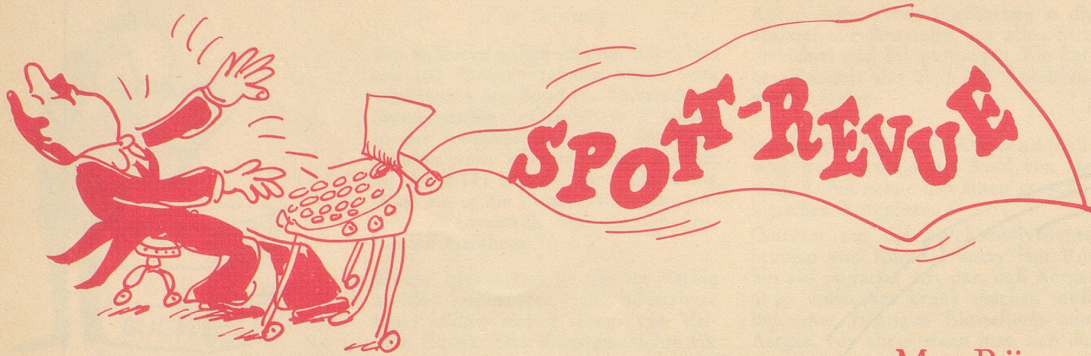
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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: 20.01.2026

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



von Max Rüeger

Der Werbung verfallen

Geigen zirpen Traumhaftes – eine betörende Blondine lächelt allesversprechend und entblößt dabei bedauerlicherweise nur ihre Zähne. Eine männlich-herbe Stimme steigert sich sloganartig und über Hall zur jubelnden Feststellung, nun wäre dem Zahnfleischzerfall endlich Einhalt geboten.

Niedliche Kinderlein beißen kichernd in Konfitürenbrote, grüne Witwen drapieren fasziniert die weißeste aller Wäschen, ein Chargendarsteller vom Landestheater Wimpfliz-Prosthausen seufzt «Hm-mm» und hält ein Glas hoch, da perlt der Wein, den die Sonne reifen ließ, muntere Hot-Pants-Mädchen tanzen geruchfrei ganze Nächte durch, denn sie haben den Trocken-Desodorant entdeckt, ein fröhlicher Spaniel nascht Vitamine aus dem Blechgeschirr, auf regenassen Straßen saust eine Limousine schnurgerade durch mühselig aufbereitete Pfützen, Kreuz- und Querprofile bieten Halt, und Weltstars wie Diana O'Glory seifen sich ein, um Dich einzuseifen.

Ich bin ein ausgesprochener Fan von Werbespots. Was vielen Menschen Aergernis bedeutet oder willkommene Gelegenheit zum Getränkeanschub bietet, gilt mir als

Entspannung. Sobald die Mainzelmännchen grafischen Unsinn treiben oder das ARD-Pferd über den Bildschirm stetzt, relaxe ich im Polstersessel, vergesse die Kümmernisse des Alltags und bedaure ich das Einblenden des Tagesschau-Signets, das bekanntlich zumeist unerfreulichen Nachrichten vorge-spannt ist. Da sieht man dann übernachtigte EWG-Minister in Brüssel anstelle von fiten Männern, die sich mit dem neuen Tiefscherkopf rasieren. Da hört man von Lohnkämpfen, nachdem man kurz zuvor vernahm, ein Sparkonto bei der Vertrauensbank mache finanziell sorgenfrei. Da wird man mit einer weiteren Flugzeugentführung konfrontiert – wo doch vor wenigen Minuten ein Jumbo-Jet imponierend demonstrierte, wie sicher man in kürzester Zeit jeden gewünschten Punkt der Erde erreichen könne.

Auch der Inseraten-Werbung vermag ich durchaus positive Aspekte abzugewinnen. Besitzer eines Autos zu werden, wenn man den Namen des Schweizer Nationalhelden errät, auf den Fidschi-Inseln sonnenzubaden, wenn man mathematisch genau zwei und zwei zusammenzählt – solch einmalige Chancen kann ich mir einfach nicht entgehen lassen. Demnächst nun starte ich zu einer mehrwöchigen Expedition. Eine schottische Whisky-

Firma hat nämlich die stattliche Belohnung von 10 Millionen Franken demjenigen versprochen, der das legendäre Seeungeheuer von Loch Ness, kurz «Nessie» genannt, bis zum 1. Mai 1972 fangen wird. Die einschränkenden Wettbewerbsbestimmungen, daß kein Sprengstoff und kein Gift verwendet und «die biologische Ausgeglichenheit des bis zu 230 Meter tiefen Sees» nicht gestört werden darf, vermögen meinen Wagemut kaum zu dämpfen.

Natürlich muß ich unbezahlten Urlaub nehmen, habe ich das Unternehmen zu finanzieren. Um einige Aussicht auf Erfolg zu fixieren, be-

J&B «die schottische Herausforderung»!

Justerini & Brooks sind das grösste Risiko eingegangen: blasser zu sein als die anderen Scotches!

Man hat ihnen das zum Vorwurf gemacht – bis klar wurde, dass gerade diese «Original-Blässe» ein untrügliches Kennzeichen des echten J&B ist.

Denn von Natur aus kommt der Scotch hell aus dem Destillierkolben. Die Wahrheit ist genauso hell: J&B bleibt immer gleich rein und leicht. Er behält seine natürliche Färbung, gewonnen durch jahrelanges Ruhen in berühmten, altherwürdigen Kellern.

Apropos: zur schottischen gesellt sich die «amerikanische Herausforderung» – in den USA zieht jeder dritte New Yorker J&B vor, weil er neben seiner hellen Topasfarbe auch sein ursprüngliches Aroma bewahrt.

J&B DER HELLE WHISKY DER MANAGER

Generalvertretung für die Schweiz:
Schmid & Gassler, Genève

darf es einer mittleren Jacht mit Bordpersonal, einer modernen Taucherausrüstung und eines Abendkurses für den störungsfreien Umgang mit Harpunen.

Glücklicherweise hat aber soeben ein weltbekannter Mineralwasserkonzern ein Preisausschreiben gestartet – da wird der Sieger mit einer fünfstelligen Barsumme belohnt.

Die Frage, die es zu beantworten gilt, ist allerdings nicht einfach: «Worin füllen wir unser erfrischendes Getränk ab –

- a) in Einkaufstaschen
- b) in Büchergestelle
- c) in Flaschen»

Eine der drei Möglichkeiten entspricht der richtigen Lösung. Vielleicht können Sie mir helfen.

Falls ich gewinne und «Nessie» finde – es soll Ihr Schaden nicht sein.

Strafe für Frisuren

Nun ziehet sie nicht mehr so munter das Tal entlang, die Schar im weißen Gewand. In die eingängigen Klänge dieses Turner-Evergreens mischt sich ein schriller Mißton.

Denn, so vernahm eine erstaunte – und partiell gar konsternierte – Öffentlichkeit, die Technische Kommission des Internationalen Turnerbundes (ITB) hat der aktuellen Haarmode den Kampf angesagt und will Magnesiern mit langgewachsenem Kopfschmuck künftig pro Uebung schon gleich zu Beginn 0,3 Punkte abziehen. Zur Strafe, weil sie unartig sind.

Präsident des Anti-Langhaar-Gremiums ist der Schweizer Arthur Gander, er will Tradition hoch und Frisuren kurzhalten, er verlangt «ordentlichen Haarschnitt», ohne allerdings «ordentlich» beispielsweise in Zentimetern näher zu umschreiben. Dafür rechtfertigt er den Punkteabzug für unkonformen Aufzug mit der pathetischen Floskel: «Schließlich ist Turnen eine ästhetische Sportart.»

Aber bitte – natürlich ist sie das, und wer wollte daran zweifeln? Auch ich gerate in helles Entzücken, wenn Flic-Flac und Standwaage, Kammriesen und Staldergrätsche, Kreuzhang und Beinschere, Unterschwingung und Ueber Schlag dargeboten werden. Ich pflege stundenlang am Bildschirm auszuharren, so die Athleten in den straffgespannten weißen Hosen ihre hart erarbeiteten Zauberereien vorführen. Nur bin ich, zu meiner Schande sei's gestanden, bisher noch nicht im Traum auf die Idee gekommen, es bestünde möglicherweise ein direkter Zusammenhang zwischen Salto und Scheitel.

Nun aber ist mir klar geworden, daß ein Bürstenschnitt ästhetisch-

