

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 97 (1971)
Heft: 32

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: 13.01.2026

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

BRIEFE AN DEN NEBI

Vorsicht mit solchen Formulierungen

Da mich der Artikel «Freie Universität» von Paul Wagner in Nr. 29 traurig gestimmt hat, möchte ich heute zur Feder greifen. Die Tatsachen sind doch satzsaftig bekannt, daß die Jugend (nicht alle) nicht bereit ist, ihre maßlosen Forderungen in einen vernünftigen Dialog umzubauen, das andere gilt aber auch, daß nämlich viele der älteren Generation zu diesem Dialog nicht fähig sind. Was erreicht man aber mit einer unsachgemäßen, blinden Verurteilung von Tatsachen? Genau das, was nicht geschehen soll, nämlich die «Einschleppung der ansteckenden, unmenschlichen sozialen Lustseuche aus Berlin». Dabei darf aber nicht übersehen werden, daß diese «soziale Lustseuche» nur eingeführt werden kann, wenn die Bereitschaft da ist, und diese scheint auch in der Schweiz vorhanden zu sein.

Darum würde ich etwas vorsichtiger sein mit solchen Formulierungen, die einen sich der Vergangenheit sehr wohl bewußten Deutschen erschrecken und nicht zur weltweiten Versöhnung beitragen, wie es die Schweiz und sicher auch der Nebelspalter gern wünschen, sondern gerade das Gegenteil bewirken. Ich war erstaunt, diese «Schlußbemerkungen» gerade in Ihrer offenen und herrlich satirischen Zeitung zu finden.

Ursula Horine, Litzelstetten (BRD)

«Die nackte Wahrheit»

Sehr geehrte Herren!

Es ist für uns beinahe eine Ehre, vom Nebi durch den «Kakao» gezogen zu werden. Wir erachten es nicht einmal als die schlechteste Reklame für uns. Schon Duttweiler sagte ja: Im Gerede muß man bleiben! Dabei wären wir beim Umblättern beinahe über diesen Artikel in Nr. 30 hinweggegangen, wenn nicht eben diese Schlagzeile gewesen wäre: «Die nackte Wahrheit – und breites Publikum». Dies machte auch uns neu-

gierig auf den weiteren Inhalt des Berichtes. Genau diesen Neugierde-Effekt erzielte diese Schlagzeile in unserer Werbung – nur haben wir «Die nackte Wahrheit» sinngemäß zu illustrieren versucht. Mit Alpenrosen wäre dies schlecht gegangen. Die Wirkung war nicht verfehlt – auch Bruno Knobels Blut geriet in Wallung, allerdings auf etwas andere Art.

Seine Schützenhilfe an Fräulein Keller ist von großem Kaliber. Er widmet einem für den Nebi eher banalen Thema beinahe 200 Zeilen. Aber sein Pulver ist feucht – vielleicht in Seldwyla zu lange gelagert. Werbung ist Mittel zum Zweck. Zweck unserer Werbung ist es, die «nackte» Wahrheit über Preisvorteile eines «negativen» (unbeliebten) Produktes an den Mann (nicht Frau) zu bringen. Vor Erscheinen unserer nackten «Beigabe» blieb der Erfolg unserer Aussage durchschnittlich. Nach der Illustration unseres Slogans stieg die Reaktion aus dem Konsumentenkreis sprunghaft an. Wir haben also offenbar die «richtige» Wellenlänge erwischte, um unsere Mitteilung senden zu können. Die Konsumenten haben auf Empfang geschaltet. Bruno Knobel wirft uns vor, in «bewährten»

Klischees zu schreiben. Er hat nicht unrecht.

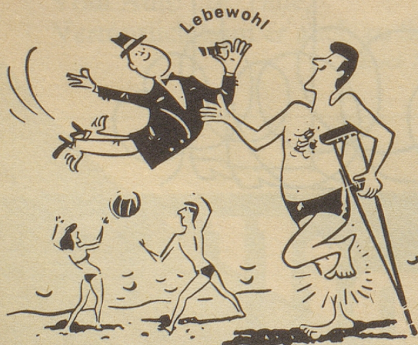
Aber diese Klischees haben wir alle, die sich zur Generation der siebziger Jahre zählen, geprägt. Einem Trend entgegenzuwirken ist müßig. Man kann sich von ihm distanzieren, ohne sich als Zaungast des Geschehens fühlen zu müssen, solange dies das eigene Leben des einzelnen betrifft. Aber kommerziell betrachtet kann dies sehr schnell unvorteilhafte Resultate zeitigen. Der Leitspruch im amerikanischen Marketing «never change a winning horse» hat seine Wirkung beibehalten. Das von uns gewählte Niveau der Werbung ist nicht unser Gedankengut, sondern – um im Jargon Bruno Knobels zu bleiben – ein Konzentrat verschiedener Rezepte aus der Küche von uns City-Pneumatikern. Die Ingredienzen dazu lieferte «die große Masse» – das breite Publikum selbst.

Als eifrige Leser Ihrer Zeitschrift wissen wir um den Sinn von Gerechtigkeit in Ihrer Redaktion. Wir würden es deshalb begrüßen, wenn Sie unsere Stellungnahme – wenn auch umstritten – veröffentlichten.

City-Pneu AG Zürich:
R. W. Greter

HOTEL GUARDA MEISSER Telephone 084 / 921 32
Ruhe und Erholung abseits der Hauptstraße.
Günstige Nachsaisonpreise.
Offen bis ca. 18. Oktober 1971

hotel metropole
* Mit dem letzten Komfort ausgerüstet
* Mit Hallenbad und Sauna
* PETER'S Spezialitäten-Restaurant
* Für Ferien mit Pfiff!
Tel. 036 55 19 21/22
wengen



Hat dieser Mann ein Bein gebrochen?
Hat ihn ein Insekt gestochen?
Wird der Fuß jetzt nichts mehr taugen?
Doch – es sind nur Hühneraugen!
Denn bis jetzt, das ist ja toll,
wußt' er nichts von LEBEWOHL*!

* Gemeint ist natürlich das bekannte, von Ärzten empfohlene Hühneraugen-Lebewohl, mit druckmilderndem Filzring für die Zehen (Blechdose) und Lebewohl-Ballenpflaster für die Fußsohle (Couvert).
Packing Fr. 2.80, erhältlich in allen Apotheken und Drogerien.
Jetzt Lebewohl auch flüssig, speziell gegen Warzen.

Rössli-Rädl vorzüglich
nur im Hotel Rössli Flawil

WINKELMANN'S Paracelsica-Dragees Nr. 9
Gegen Arterienverkalkung
Wechseljahrsbeschwerden
Zirkulationsstörungen
Schwindelgefühl
Kopfdruck Fr. 5.-
Winkelmann's Paracelsica-Labor, pharm. Präparate
Lustmühle ob St. Gallen
In Apotheken und Drogerien
Reines Naturpräparat gegen Arterienverkalkung,
Zirkulationsstörungen

...das vielbegehrte Hemd!

Resisto NOVOLUX
* 100% Baumwolle
* 100% bügelfrei
* beliebig zu waschen und kochen
Resisto

Schweizerische Gilde
etablierter Köche



HOTEL APPENZELL Aecht

A. KNECHTLE / TEL. (071) 87 10 25

Heilsame Selbsthilfe durch Atem, Geist und Seele
Yoga-Fernkurs
für die Familie

1. Lektion: – stop –
3 Minuten – Atem sanft drosseln
– nicht denken wollen
– nichts tun müssen
– Leibesatmung erfüllen
– herzlich lachen –
Nebi lesen, weiter lächeln und uns sofort schreiben. Danke!

Information und Test A unverbindlich.
Gesundheitsattest Ihres Arztes erwünscht.

NEAVITA – NEOYOGA – INSTITUT
Psycho-Physio-Praxis C. G. Emery
CH-8030 Zürich, Konkordiastraße 12