Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 100 (1974)
Heft: 46

Artikel: Es gibt keine Schleichwerbung!
Autor: Matey, Kurt
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-513121

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: 12.12.2025

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

Kurt Matey

Es gibt keine Schleichwerbung!

Der Spitzensport wird noch spannender! Weil ARD und ZDF der sogenannten Schleichwerbung den Kampf ansagten, hat sich ein unvoreingenommenes Komitee gebildet (Komitees sind immer unvoreingenommen!), das sich zum Ziel setzt, den Sport dank Werbung erst interessant zu machen. Und das ist diesem Komitee überzeugend gelungen. Denn da der Stein nun einmal ins Rollen gekommen war, hatte man bald herausgefunden, dass nur Werbung den Sport erst sportlich macht und zu Höchstleistungen (in der Reklame) befähigt.

Ich war letzthin Zeuge einer von der Werbung angesetzten Leichtathletik-Europameisterschaft, die überzeugend belegte, dass ein Sportereignis mit einer wirklich unaufdringlichen Reklame, die selbstverständlich niemanden auch nur im entferntesten manipuliert, spannender ist als jeder noch so sensationelle Weltrekord. Die Läufer, es handelte sich um einen Vierhundertmeterlauf, trugen alle Leibchen mit mindestens drei Firmenaufschriften, schwenkten Fahnen mit Werbesprüchen und verteilten während des Laufes Prospekte. Der Sportreporter hütete sich aber korrekterweise, die eine oder andere Firma besonders hervorzuheben, damit der edle Sport- und Wettkampfgedanke unangetastet rein und ideell blieb.

Ich habe diese Sportreportage auf Band aufgenommen, weil sie sozusagen ein Modellfall für unaufdringliche Werbung sein könnte. Hier der Wortlaut:

«Soeben hörten Sie den Startschuss, abgegeben von einem jugendlichen Könner mit dem amerikanischen Kaugummi ‹Pflupp›, und schon jagen die Läufer lukrativ über die Aschenbahn. Bereits schiebt sich der klare Favorit des Tages, Peter Stuyvesant, zielbewusst an die Spitze. Er wird natürlich der Sieger sein, denn sein philishavegepflegtes Sportlerantlitz trägt bereits deutliche Gewinnerzüge. Sein Haar ist windschlüpfrig mit dem unübertroffenen ‹Glatzi›-Shampoo gestriegelt, er trägt die sieggewohnten ‹Männi›-Unterhosen, schläft jede Nacht auf der ‹Trauma› - Wundermatratze und wäscht sich Tag und Nacht mit der porentief wirkenden wildmilden ‹Sun - Look - Star - Waschi-Seife›, die zehn von fünf Filmstars für ihre vierbeinigen Lieblinge verwenden. Und nun hebt er bereits siegesfroh den der Kamera zugewandten Arm, und die ganze Welt sieht über Satellit, wie Peters Achselhöhle eine Staubwolke entschwebt, so staubtrocken ist er unter den Armen dank ‹Deo-Doro-Duro-Anti-Transpirant›! Die Zuschauer jubeln bereits selig, aber da gleitet ein Schatten an Peter vorbei ... Wer ist der Verwegene, dem keine Abmachung heilig ist? Es ist ‹Klatsch›, das Abwaschwunder, mit ‹Aspirin› hart auf den Fersen. Aber schon werden die beiden von einem weiteren Anwärter bedrängt: ‹Dash› versucht im Schongang mit gebremstem Schaum seinen Verfolger ‹Scharlachberg› abzuschütteln.

Aber soeben setzt das ganze Mittelfeld, angeführt von den Spitzenläufern ‹Coco-Pflanzenmargarine› und ‹Wüstenrot›, zum Spurt an, dass die Ziegel rutschen. Und bereits geht es in die zweite Gerade, da ... da! Entschuldigen Sie, bitte, liebe Zuschauer, aber vor Schreck fiel mir die Gauloise aus dem Mund, denn nun greift mit weitausholenden Schritten ‹Camel› an. Aber schon schiebt sich unwiderstehlich das knusprige ‹Schmausi›-Knäckebrot nach vorn, dicht gefolgt von dem siegestrunkenen ‹Cinzano› ... Doch jetzt, jetzt geschieht etwas Unglaubliches, liebe Sportsfreunde! Was sehen meine phantastischen ‹Polaroid›-Sonnenbrillen? ‹Döschwo›, der Schmalspur-Cadillac aus dem Hause ‹Orangina› überholt im rasanten ersten Gang sogar John Valentine, macht's auch ‹Meckermann› nicht mehr möglich (zu siegen) und gönnt Peter Stuyvesant nur noch den grossen Duft der weiten Abgaswelt ...

Aber nun wird das Rennen immer sensationeller, denn jetzt, ja, jetzt setzt ‹Campari-Bitter› schäumend zu einem phänomenalen Spurt an! Da aber sieht die ‹Bankgesellschaft› rot (was einmal nicht politisch gemeint ist), wieselt dividendenforsch nach vorn und greift schon nach dem rentablen Lorbeer, in der Linken, pardon, natürlich in der Rechten bereits die Siegestrophäe, die ‹Goldene Dattel›!

Doch da stolpert die ‹Bankgesellschaft› über ein ‹König-Pilsener›, strauchelt und wird sofort überholt von ... von ... aber natürlich, das ist ja die bezaubernde Helena Rubinstein, die wimpernklimpernd vorüberduftet. Aber ... schon naht Meister Tschibo, dessen niveagepflegte Muskeln vor Kraft strotzen dank ‹Schlappi›, dem klinisch getesteten Hundefutter mit Herz! Aber schon wird diesem Favoriten der erste Platz streitig gemacht von ‹Meister Proper›, dessen Devise lautet: ‹Der Kluge fährt im Zuge!› und der deshalb mit der Bundesbahn zügig überholt!

Doch der Krampf, pardon, Kampf! ist noch nicht zu Ende, immer mehr Könner drängen nach vorn. Im Augenblick liegt Camembert ‹Quickli›, das Laufwunder, an der Spitze, und wenn nicht alles täuscht, wird er der Sieger. Aber, da bahnt sich schon wieder eine Ueberraschung an. John Gallant, elegant wie eh und je, überholt mit spielerischer Leichtigkeit. Kein Wunder, putzt er doch täglich seine Zähne mit ‹OMO›, pflegt seine Gurgel mit ‹Schinkenhäger› und wäscht seine Füsse mit ‹Chanel Nr. 234›, während er sich stündlich mit dem triumphalen Rasenmäher ‹Ratzekahl› rasiert. Nun liegen nur noch wenige Meter vor dem Europabesten, und man kann bereits jetzt sagen, dass John Gallant ... Aber da warf soeben ein zorniger und anscheinend unzufriedener Nichtraucher eine ganze Tafel ‹Doping›, die köstlichzartbitterschmelzende Schokolade von ‹Lindt & Sprüngli› auf die Bahn, und jetzt, jetzt geschieht das Unglaubliche, es ist nicht zu fassen, nicht zu fassen ... aber der letzte, der allerletzte Läufer tritt auf diese Schokolade, rutscht aus, rutscht nach vorn, rutscht am ganzen Feld kometenhaft vorbei, rutscht durchs Ziel, als erster durchs Ziel, und der Sieger in dieser einmalig spannenden Europameisterschaft heisst ... heisst ‹Klosterfrau Melissengeist›! Und schon lächelt die Siegerin in die Kameras, lächelt ihr bezaubernd-jugendliches ‹Kukident›-Siegerlächeln uns allen zu ...!»

Ich habe noch nie ein so rasantes und abwechslungsreiches Rennen gesehen, und es ist mir rätselhaft, wie man bei einem solchen Tempo von «*Schleich*werbung» reden kann ...

Da ich aber auch von einer Firma ein paar Tausender zugesteckt bekam, damit ich ihren Namen erwähne, sei dies hiermit im letzten Satz getan: «Blick» war diesmal nicht dabei!