Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 100 (1974)
Heft: 50

Rubrik: Konsequenztraining

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

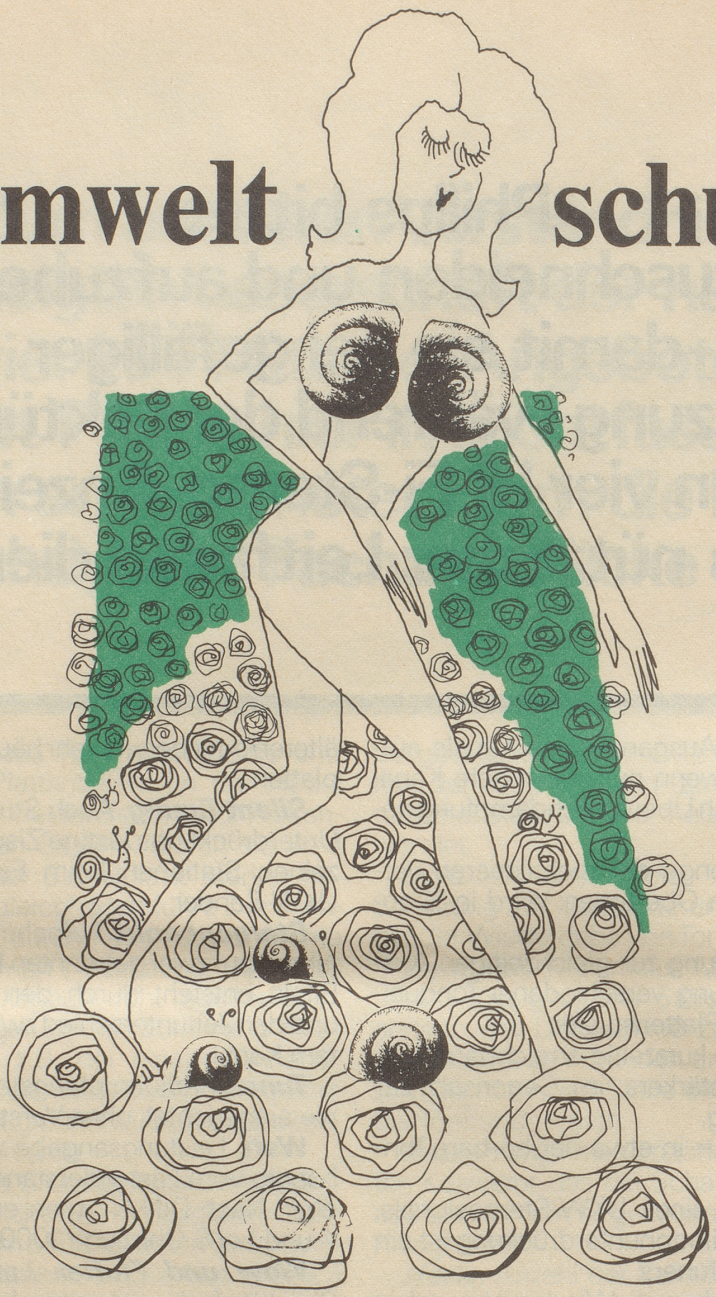
Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on 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

Hans Moser

B.H.-Umwelt schutz



Die harte Welt der Werbung wurde umweltschutz-bewusst. Volkswagen pflanzte Bäume, und kürzlich finanzierte eine bekannte Zigarettenmarke die Ueberführung von zwei Steinböcken aus einer Walliser Kolonie in die Freiburger Alpen. Es braucht nicht viel Einbildungskraft, um sich vorzustellen, was in einer modernen Werbeagentur von heute vorgeht.

Der Chef der Firma «Snurri, Burri und Meier» sitzt an seinem Pult und liest «Asterix», als ihm seine Sekretärin meldet, ein Kunde warte im Vorraum. Herr Snurri sagt seiner Sekretärin, sie möge den Kunden bitten, etwas zu warten, er telefoniere mit London. Er lässt den «Asterix» verschwinden und legt einige Fachblätter auf den Tisch vor sich. Schliesslich tritt der Kunde, Herr Busenheimer von der «Peek a Boo»-Büstenhaltergesellschaft, ins Büro. Er ist ein vielbeschäftigter Mann und kommt sofort zur Sache.

«Herr Snurri, ich möchte für unsere Büstenhalter eine neue Werbekampagne starten, mit vierfarbigen, ganzseitigen Inseraten. Mir schwebt ein goldhaariges Mannequin vor, das unseren ‹Peek a Boo›-B.H. trägt und über goldenen Sand in den Sonnenuntergang rennt.»

Herrn Snurris Augen leuchten auf vor Begeisterung. «Wunderbar, wunderbar. Wir werden sechs Seehunde in den Hintergrund stellen und erklären, ‹Peek a Boo› habe sie in Kanada vor dem Abgeschlachtet-Werden gerettet, indem die Firma eine ‹Rettet 6 Seehunde›-Expedition finanzierte!»

Herr Busenheimer ist verblüfft. «Ich möchte B.H.s verkaufen, keine Seehunde ...»

«B.H.s verkaufen sich nicht von selbst, Herr Busenheimer, es muss mehr dahinterstecken. Wer braucht sie heute schon. Niemand. Aber wenn man beim Kauf eines ‹Peek a Boo›-Büstenhalters jedesmal einen Seehund rettet, ist das etwas anderes. Man tut etwas für die wehrlose Kreatur.»

Herr Busenheimer scheint zu zweifeln. Herr Snurri fährt fort: «Wie wäre es, wenn Sie für jeden verkauften B.H. ein Vogelnest stifteten? Wir könnten daraus Doppel-Vogelnester in der Form eines B.H.s machen. Ich kann sie schon vor mir sehen, die Tausende von jungen Vöglein, die im Frühling in ganz Europa aus den B.H.-Nestern in den Bäumen piepsen werden! Wir könnten unter den Nestern kleine Täfelchen anbringen: ‹Peek a Boo› unterstützt nicht nur die Busen, sondern auch unsere kleinen gefiederten Freunde.»

Herr Busenheimer scheint sich für die Idee zu erwärmen. «Das ist besser als Seehunde. Die meisten Frauen mögen Vögel.»

«Oder», fährt Herr Snurri fort, «wie wäre es mit einer Kampagne ‹Rettet die Weinbergschnecken›? Die ‹Peek a Boo›-Büstenhaltergesellschaft pflanzt zwei Hektaren feinsten Salates, ausschliesslich den Weinbergschnecken vorbehalten. Für jeden verkauften B.H. retten wir eine Weinbergschnecke und verbringen sie in unsere Salatpflanzung. Man könnte sogar einen schneckenförmigen B.H. entwerfen und den Werbespruch kreieren: ‹Mit einem schneckenförmigen B.H. retten Sie nicht nur eine Schnecke, sondern auch Ihr Busen fühlt sich in ihm wie zu Hause.› Dann könnten wir das Photomodell statt über den Sandstrand durch den Salatgarten rennen lassen.»

Herrn Busenheimers Augen leuchten auf, als er sich das Modell vorstellt, wie es in einem «Peek a Boo»-B.H. durch den Salatgarten läuft.

Herr Snurri fährt fort, von einer Welle der Begeisterung getragen: «Wir könnten das Modell im ‹Peek a Boo›-B.H. über einen mit Konservenbüchsen, Flaschen und anderem Unrat übersäten Strand laufen lassen. Auf ihrer Schulter trägt die Dame einen halbgefüllten Sack, den sie laufend mit Abfall füllt. Wir könnten sagen, ‹Peek a Boo›-Mannequins seien im Umweltschutz aktiv. Je mehr B.H.s wir verkaufen, desto mehr Modelle brauchen wir und desto sauberer wird die Welt.»

«Nicht schlecht, gar nicht schlecht!» ruft Herr Busenheimer, «oder wir könnten das Mädchen in unserem B.H. der Autobahn entlang laufen lassen, wo sie Papierbecher und anderen Mist aufliest. Wir könnten es an einem Sonntag tun, damit so viele Automobilisten wie möglich sie sehen.»

«Oder», fügt Herr Snurri bei, «sie könnte in einem Ruderboot auf dem Rhein sein und aus Flaschen frisches Wasser in den Fluss giessen. ‹Kaufen Sie einen ‹Peek a Boo›-B.H. und reinigen Sie den Rhein! Mit jedem verkauften B.H. wird ‹Peek a Boo› fünf Liter reinen Gletscherwassers in den Rhein giessen.»

«Herrlich, wirklich herrlich», findet Herr Busenheimer, «retten Sie Europas Fische und das Trinkwasser, kaufen Sie einen ‹Peek a Boo›-Büstenhalter!»

Beide Herren schauen auf ihre Uhr. Herr Snurri sagt, er hätte eigentlich eine Verabredung mit einer grossen Amerikanerfirma gehabt, aber er sei von der Diskussion so begeistert gewesen, dass er das ganz vergessen habe. Vielleicht dürfe er Herrn Busenheimer zum Mittagessen einladen? Er kenne ein wunderschönes kleines Beizlein gerade um die Ecke, das köstliche Weinbergschnecken serviere ...

Die Tage

Die Tage werden kürzer. Zeit für die Bären, sich in ihre warme Höhle zum Winterschlaf zurückzuziehen. Wir aber, die den Winter weder in einer Höhle noch im Schlaf verbringen können, verschönern unser Winterquartier vielleicht mit einem der herrlich warmen und weichen Orientteppiche von Vidal an der Bahnhofstrasse 31 in Zürich.

Konsequenztraining

Das alte Sprichwort «Durch Schaden wird man klug» gilt auch für die leide Tatsache, dass durch den Teuerungsausgleich, die automatische Lohnanpassung die Teuerung nie aufgehoben, sondern die Inflation nur immer angeheizt werden kann ... *Boris*

Aufgegabelt

Verkehrsexperten warnen davor, sich ans Steuer zu setzen, wenn man wütend ist. Frauen, die sich von ihrem Mann vernachlässigt oder nicht verstanden fühlen und ihm deshalb grollen, erleiden häufiger Unfälle im Haushalt ... *Reader's Digest*