

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 101 (1975)
Heft: 48

Rubrik: VIPern

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: 14.01.2026

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

Silvia Schmassmann

Histoire d'O – unschlagbar!

Es ist toll, auf was für Ideen Werbeleute manchmal kommen, wenn es darum geht, dem Publikum etwas Fades schmackhaft zu machen. Kürzlich warben ein paar Frauen in Zürich für den neuesten müden Sado-Kitschfilm «Histoire d'O». Der französische Titel macht den unerotischen Brei in Bonbonfarben auch nicht besser – aber besser wussten's dafür Werbefachleute. Der Publicity-Trick ist gelungen, und in Zürich jedenfalls strömt das Volk gierig zu den Sexkassen. Dass beim Verlassen des Kinos auch noch der letzte Rest von diesbezüglicher Gier weg ist, scheint mir angesichts der vollen Kassen nicht von Bedeutung.

Und dies war der Werbegag, auf den auch ich hereinfiel: Um auch die letzten Unentschlossenen noch ins Kino zu bringen, versuchten ein paar zu diesem Zweck eigens angeheuerte Frauen (als Frauenrechtlerinnen verkleidet), die ahnungslosen Passanten vorerst am Besuch des Films zu hindern! Die Hinderung hatte Erfolg, denn wer sich erst mit rabiatischen Frauen vor der Kasse schlagen muss, um in einen lustlosen Pseudo-Porno mit Peitschenszenen zu kommen, wird

Unschlagbares wittern. Sehr raffiniert war der Einfall, die werbenden Frauen als Mitglieder der Frauenbefreiungsbewegung (FBB) auszugeben und sie mit Slogans gegen die neuerliche «Diskriminierung der Frau als Sexobjekt» auf die Kunden loszulassen. Eine tolle Sache! Und falls Sie immer noch ein bisschen an der Echtheit dieses Publicity-Rummels zweifeln sollten: Ueberlegen Sie es sich doch selbst, ob wirklich jemand ernsthaft auf die Idee kommen könnte, in diesem einfältigen, phantasielosen Streifen gesellschaftspolitisch Bristantes und Gefährliches zu wittern und dann auch noch öffentlich dagegen zu demonstrieren... Gerade der Frauenbefreiungsbewegung würde es sicher nicht in den Sinn kommen, wegen einem dümmlichen Film vor einem Zürcher Kino rabiat zu werden. Das wäre ja sozusagen ein klassisches Eigengoal gewesen, verpuffte Emanzipationsenergie am untauglichen Filmobjekt.

Nein, diesmal schlug die Kinowerbung zu – und dagegen ist das Auspeitschen des hörigen Dummchens O. im Film überhaupt nichts... Und da sagt man immer noch, Kinoreklame sei einfalllos!

Bigamie

Er: «Wenn ich heirate, will ich ein schönes Mädchen und eine gute Köchin zum Altar führen.»

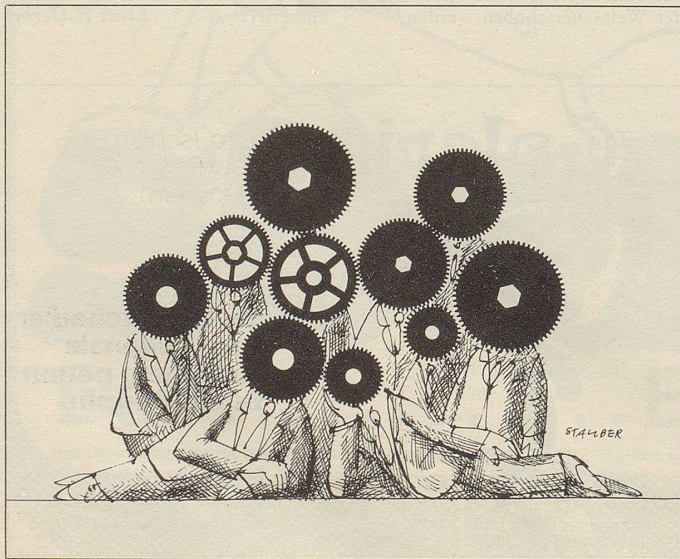
Ein Freund: «Aber das ist doch Bigamie!»

Was wäre ein Nebelspalter...

... ohne die farbigen Karikaturen von Fredy Sigg, Hans Haëm, René Fehr, Gloor, Barth und vielen anderen!
Was wäre ein Wechselrahmen ohne die farbigen, einseitig bedruckten Karikaturen im Format 23 cm x 33 cm!
Die Aktion dient der Mitfinanzierung des Sommerlagers 75, durchgeführt vom 3. Kurs Lehrerseminar URI mit 40 Urner-Kindern, die 14 Tage Gratisferien in Oberschwend verbringen konnten.

Eine Mappe mit je 10 verschiedenen Karikaturen kann zum Preis von Fr. 10.– beim Lehrerseminar URI, Stichwort: Nebi-Karikaturen, 6460 Altdorf, bestellt werden.

PS: Wie schon gesagt, im Wechselrahmen wirken diese Karikaturen sehr attraktiv.



VIPernVIPernVIPernVIP

Liegt's an der nasskalten Witterung, an der Grippewelle oder am bedrohlich nahen Weihnachtsfest? Jedenfalls scheint in diesen Tagen jedermann deprimiert zu sein.

Niedergeschlagen war US-Aussenminister **Henry Kissinger**, den ich in der Bar des Flughafenrestaurants von Kairo (oder war es in Helsinki?) traf. «Ihr Europäer», sagte Henry mit bekümmelter Miene, «wollt einfach den Leitgedanken unserer Aussenpolitik nicht kapieren. Wenn wir uns in die Angelegenheiten souveräner Staaten einmischen, so doch nur als Reaktion auf eine entsprechende sowjetische Einmischung.»

«Aha», sagte ich. «Was aber, wenn die Sowjets gar nicht interveniert haben?»

Henry strafte mich mit einem vernichtenden Blick. «Ganz einfach: dann intervenieren wir eben, um einer sowjetischen Einmischung zuvorzukommen.»

Niedergeschlagen sass **Walter Matthias Diggelmann** am Stammtisch im «Grüne Scherbe» hinter einer Flasche Saint-Saph und meditierte über seine Kindheit. Ich hatte kürzlich den Film «Die Selbstzerstörung des Walter Matthias Diggelmann» gesehen und versuchte den Schriftsteller aufzuheitern, indem ich ihm zu seiner schauspielerischen Glanzleistung gratulierte. «Der Film freut mich überhaupt nicht mehr», sagte Diggelmann trübsinnig, «denn ich bin wieder einmal gründlich missverstanden worden.» Er sprach eine halbe Stunde auf mich ein, und dann konnte

ich mir zusammenreimen, dass inzwischen das Blaue Kreuz den Film aufgekauft hat und ihn im ganzen Land vorführen will – als ein Dokument, das schonungslos die Folgen übermässigen Alkoholkonsums aufzeigt.

Niedergeschlagen war auch **Franz-Josef Bogner**, der sich selbst als Clown und Kabarettist bezeichnet. Ein erboster Zürcher Kritiker hatte sein neuestes Programm als «Leerlauf», «Unverfrorenheit» und «Zumutung» qualifiziert. Doch nicht der Verriss an sich, sondern lediglich dessen Zeitpunkt war für Franz-Josef ein arger Schlag. «Nachdem mich das Publikum während Jahren beklatscht hat und die Kritiker mir abwechselnd »hintergründigen Tiefsinn« und »tiefsinnige Hintergründigkeit« bescheinigten, hatte ich eben begonnen, selber an mein Talent zu glauben,» schniefte er.

Nach soviel Traurigem doch noch eine frohe Nachricht: **Hans Gmür**, Präsentator des samstäglich «Oder?»-Radio-Magazins, verriet mir, dass in seiner nächsten Sendung als grosse Ueberraschung ein prominenter Gast auftreten werde. Nach langwierigen, hartnäckigen Bemühungen ist es ihm endlich gelungen, **Hans Gmür**, den Initianten des Zürcher «Bernhard-Apéros», vor das Mikrofon zu holen. Dass die beiden berühmten Unterhalter zufällig den gleichen Namen tragen, wird sicher zu ulkigen Verwechslungen führen!

So viel für heute!

Ihre **Bla Blaser**

Missbrauchte Philosophie

Man hat die Philosophie von ihrer Höhe heruntergeholt; sie ist sozusagen ins Tagesgespräch gekommen. Das heisst, nicht die Philosophie, wie man sie bisher verstand, die Philosophie der Philosophen, sondern es ist nur das Wort «Philosophie», das man heute so oft hört in Kreisen, die doch mit Kant sowenig zu tun haben wie mit Heidegger oder Häberlin. Auf der Suche nach neuen Sachbezeichnungen, die noch nicht verschliffen und abgewertet sind, sondern einen guten Klang haben, ist man auch auf die Philosophie gekommen. Man missbraucht nun dieses Wort für Dinge, die mit Philosophie kaum im entferntesten etwas zu tun haben. Präsidenten von Verwaltungsräten reden in ihrer Ansprache vor den Aktionären von der neuen Philosophie

ihres Unternehmens; sie verstehen aber dabei durchaus nicht etwa einen geistigen Höhenflug, sondern ganz einfach wirtschaftlich neue Methoden des Produzierens und des Verkaufens. Der neuangeheuerte Trainer eines Fussballklubs führt sich ehrfurchtgebietend bei seinen Tschuttern ein mit der Verkündung, dass seine Trainerphilosophie darauf ziele, eine zielsichere homogene Mannschaft zu erziehen. Der Präsident einer Hotelkette brüstet sich bei der Eröffnung eines neuen Gliedes in dieser Kette, in diesem neuen Unternehmen habe sich die neue Geschäftsphilosophie verwirklicht. Geschäftliche Renditeüberlegungen werden heute also frisch-fröhlich und hemmungslos als Philosophie ausgegeben; auch die Philosophie wird ausgemünzt. Kant und Heidegger und Häberlin könnten sich im Grab umdrehen!

EN