

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 103 (1977)
Heft: 36

Illustration: Es war nicht der Phönix - es sind die Krähen ...
Autor: Lock, E.

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: 15.01.2026

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



Es war nicht der Phönix — es sind die Krähen ...

Der Vorstand des Heimatschutzes St. Gallen-Appenzell I. Rh. beschloss, die beim Verwaltungsgericht hängige Beschwerde gegen den Abbruch des Helvetia-Gebäudes in St. Gallen zurückzuziehen, obwohl die Erhaltungswürdigkeit dieses spät-klassizistischen Bauwerks von nationaler Bedeutung ausser Zweifel steht.

Furglers Polizei

Eine erste Reaktion zum Gesetzesentwurf für ein gesamtschweizerisches Sicherheitspolizeiliches Konzept ist jetzt an die Öffentlichkeit gedrungen. Eine Reaktion mit kontraproduktiver Brisanz,

- nachdem der Bund 1200 Polizisten ausbilden will,
- dafür jährliche Kosten von 3,5 Millionen Franken trägt,
- auf eine stehende Truppe gemäss der seinerzeit vorgeschlagenen Interkantonalen Mobilen Polizei (IMP) verzichtet,
- demgegenüber für die sicherheitspolizeilichen Aufgaben die kantonalen Polizeibestände verpflichtet.

Bereits melden sich besorgte Bürger, die fragen, ob ihre Sicherheit gewährleistet ist während jener Zeit, da ihre Sicherheitspolizei zu Sicherheitsaufgaben anderswo abkommandiert ist. Obgleich es sich um überdurchschnittlich ängstliche Personen handeln dürfte, kommen wir nicht umhin festzustellen, dass es ernsthafte Fragen aufwirft, wenn durch Entsendung von Polizeikräften in sicherheitsbedürftige Zonen die angestammten Gebiete entsichert und in letzteren ein Sicherheitsmanko entsteht. Sollte behördlicherseits jedoch versichert werden, dass solche Ent-sicherungsbedenken unbegründet sind, bleibt womöglich die Skepsis jener besorgten Bürger, die glauben, es handle sich schliesslich um eine rechnerische Frage. Entweder, sagen sie naivweise, sind bei entsendeter kantonaler Polizei Polizisten weg, die eigentlich da sein sollten, oder es sind zu normalen Zeiten Polizisten da, die eigentlich weg sein könnten. Das bundesrätliche Entsendungs-

und Verschiebungsmodell dürfte deshalb noch zu reden geben.

Zudem noch aus einem anderen Grund. Werden Polizeitruppen zur Sicherstellung der öffentlichen Ordnung irgendwohin entsandt, entstehen aus oben erwähnten Sicherheitsmängeln in Folge Nichtanwesenheit ausgelehrter Sicherheitsbeauftragter Aktivitätslücken, in die eine beträchtliche Zahl von Mitbürgern einzuspringen sich anschicken. Verhandlungen sind in Aussicht, und es ist kein Geheimnis, dass Interessenten für ausserpersönliches Eigentum, Parkplatzliebhaber, Autofahrer mit beträchtlichen PS-Reserven, Motorfahrrad-Abendklubs, faustgewohnte Konflikttastrager u. a. gewillt sind, sich des ihnen zur Verfügung gestellten Platzes würdig zu erweisen. Auch die Dachorganisation der Interkantonalen Marschierenden Protestbewegung (IMP) besitzt ein ausgearbeitetes Papier, das bei drohender Entsendung verschiedener kantonaler Polizeikräfte die Abhaltung von Demonstrationen an mindestens sechs Orten zugleich gewährleistet.

Ernst P. Gerber

Maulen oder knurren

Wie das manchmal so der Fall ist, kommt es wegen einer Kleinigkeit zwischen Fritz und seiner Frau zu einer abendlichen Meinungsverschiedenheit welche damit endet, dass sich die Gemahlin beleidigt ins Bett zurückzieht. Am nächsten Tag sitzen sich Fritz und seine Gemahlin beim Essen schweigend am Tisch gegenüber. Nach dem Essen beginnt es plötzlich im Magen von Fritz zu rumoren, und seine Frau sagt in Richtung zum Wellensittich: «Hörst du es, jetzt wo er einmal den Mund hält und nicht mault, knurrt er sofort mit dem Magen.»

FB

Apropos Sport! Hauptsache die Kasse stimmt!

Im deutschen Sprachgebiet nutzen weit über 7000 Firmen und gegen 10 000 Klubs den Sport als Werbeträger aus. In gewissen Sportarten treibt die Werbung tolle Blüten; denken wir nur an die Formel-1-Boliden, die mit Firmenaufschriften übersät sind, oder an die von Kopf bis Fuss «vermarkteten», von wandelnden Litfasssäulen kaum zu unterscheidenden Rennfahrer.

Einzelne Firmen investieren Unsummen in die Werbung. So wirft zum Beispiel ein Likörhersteller jährlich fünf Millionen, das sind 18 Prozent des Werbe-

Etats, allein in die Sportwerbung. Aha! deshalb diese Preise!

In den Stadien und auf den Wettkampfstätten nimmt die Banden- und Reiterwerbung immer tollere Formen an. «Schuld» daran trägt das Fernsehen. Wenn sich bei der Bandenwerbung der Name des Produktes oder der Firma als Figur deutlich von der Umgebung abhebt, prägt er sich beim TV-Zuschauer ein, sieht er doch, im Gegensatz zum Stadionbesucher, nur einen bestimmten Bildausschnitt. Da die Werbespots auf Spielfeldbanden bis zu 30mal im Bild erscheinen, ist die Werbewirkung relativ gross. Am begehrtesten sind dabei natürlich die Stadioncken, werden sie doch bei Eckbällen im Fussball besonders lang erfasst; die Spieler lassen sich ja meist viel Zeit, den Ball gut zu setzen. Da die

Einschaltquote bei grossen Fussballspielen rund 70 Prozent beträgt, erreichen die Unternehmer bezüglich Werbung absolute Spitzenwerte. Ob sich die Werbefachleute aber nicht doch gewissen Illusionen hingeben, wenn sie die Kaufwirkung lediglich vom Bekanntheitsgrad eines Produktes ableiten? Trotz der penetranten grossflächigen Reklame für den «Käse aus Holland» ziehe ich nach wie vor unserem Geyer vor ...

Seit einiger Zeit versuchen nun auch unsere Fussballklubs durch mehr oder weniger diskrete Mono-Leibchenreklame ihre Kasse ins Gleichgewicht zu bringen. Alkohol- und Nikotinwerbung sind dabei löslicherweise ausgeklammert. Nicht so in Österreich. Der Wiener Fussballklub Austria/WAC scheint in diesem

nicht gerade gesundheitsdienlichen Bereich fündig geworden zu sein, wurde doch das staatliche Tabakmonopol für einen fünfjährigen Vertrag gewonnen. Der «blaue Dunst soll vor roten Zahlen schützen». Die Harmonie wegen des Honorars, so weiss die «Frankfurter Allgemeine» zu berichten, scheint vollkommen, denn der neue Vereinsvorsitzende ist gleichzeitig Generaldirektor des Tabakmonopols. «Tabak und Rum braucht der Cowboy», hiess einmal ein Schlagerlied. Jetzt heisst es, zumindest in Wien: Tabak und Fussball braucht der Klub und seine Fans, denn mit der Eigenwerbung durch gekonnte Musterpässe, Massflanken und Torschüssen war nicht mehr viel los. Vielleicht bleibt aber auch diese «finanzielle Rettungsaktion» nur Schall und Rauch. Speer