

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 105 (1979)  
**Heft:** 12

**Artikel:** Werbung ist Information - voll und glanz  
**Autor:** Haguenauer, J.  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-622277>

### **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>**



## Werbung ist Information – voll und glanz

Als ich noch die Schulbank drückte, hatte ich einen unvergesslichen Deutschlehrer, Max Zollinger, genannt «Spatz». Einst gab mir der Spatz eine Klassenarbeit zurück und sagte: «Ich hätte Ihnen für Ihren Aufsatz eine Sechs gegeben, wegen der phrasenhaften Wendung «voll und glanz» erhalten Sie aber nur eine Fünf bis Sechs.»

Das war ein Markstein in meiner sprachlichen Entwicklung – so entstand eine enorme Sprach-Empfindlichkeit. Nur mit Mühe vermag ich dem Stil der Tageschau ohne Protest zu folgen – wie Peitschenhiebe fallen auf mich die vielen (unnötigen) «dies» herab. Wo es mir völlig abstellt – wo ich zumeist abstelle –, das ist beim Werbe-Spot. Da entblättert sich einiges der Verlogenheit unserer Zivilisation. Schamlos wird da gesteigert, wo Steigerung barer Blödsinn ist: weiss – weisser – am weissesten, optimal – optimaler – am optimalsten, fruchtig – fruchtiger – am fruchtigsten. Und wenn man am obersten (!) Ende der Leiter angelangt ist, geht es noch höher: «Vollweiss» und «Superglanz».

Unsere Bettwäsche lässt sich mit keinem Waschmittel auf Voll-

weiss bringen – sie ist von Natur aus blau. Der Superglanz nun verleitet zu einigem Nachdenken über den Glanz von innen und von aussen – aussen fix, innen nix. Wozu, so fragt man, dient denn eigentlich ein Glanz, der im Spot mit raffinierten Mitteln (Glas, Lack, Phototricks etc.) erzeugt wird? Wer einmal die Behaglichkeit einer Bündner oder Tessiner Wohnküche erlebt hat, der weiss, dass dieser Effekt im wesentlichen nicht durch Glanz hervorgerufen wird – auch wenn die Kupferpfannen nicht glänzten, es wäre dennoch gemütlich. Glanz erzeugt das Gefühl von Kühle, Distanz, Sterilität, und daher gehört er auch mit Recht in Operationssäle und Laboratorien.

Haben Sie schon einmal ein blitzsauberes WC mit schwarzen Kacheln erlebt – im Gebrauch? Die Kacheln wirken als Spiegel und das gibt Ihnen Gelegenheit, sich in voller Unschönheit zu betrachten, von links, von rechts, en face und – leider – auch von hinten – ein Anblick, grauslig und gemein...

Ziehen wir das Fazit: Könnte es sein, dass die hochglanzpolierte Küche eine glanzlose Ehe zu überstrahlen hat und dass das blitzende Superauto eine traurige Bi(g)lanz verdeckt?

Wie sagen die Werber? Werbung ist Information.

J. Haguenauer



«Ach ja, jetzt kommt mir in den Sinn:  
Energie sparen nicht vergessen!»

## «Liebeleii» – Wiener Schnitzel auf Zürcher Art

Puck war im Theater und hat sich rechtschaffen gelangweilt. Er wurde Augen- und Ohrenzeuge einer Welt, die es gar nicht geben darf und die zu Recht untergegangen ist. Nur – das ist ja keine Welt, es ist ein winziger Bruchteil davon – die Bourgeoisie im übelsten Sinne des Wortes. Da quälen sich zwei junge Männer durchs Leben, Geld ist kein Problem, sie haben nichts zu tun, studieren so nebenbei ihre 16 Semester lang, kennen weder das Prinzip Leistung,

noch Arbeit – kennen auch die Liebe nicht, sie jagen Phantomen nach. Muttersöhnchen, die sie sind, suchen sie sich eine reife Geliebte, verheiratet, reich, nach dem Bild ihrer Mutter. Dabei begeben sie sich in selbstmörderischer Absicht in Lebensgefahr, da der gehörnte Ehemann unweigerlich seine beschmutzte Ehre mit Blut abwaschen wird. Die munteren Knaben zeigen sich dennoch unverfroren mit den Damen ihres Herzens in der Theaterloge, während im dritten Rang die kleine Freundin – die sie sich nebenher noch fürs Gemüt halten – alles beobachtet. Die kleine Freundin ist ein «süßes Madl», bei dem man sich von

den Strapazen des Alltags zu erholen pflegt und dem man von vornherein klarmacht, dass es sich dabei um ein nicht allzu ernst zu nehmendes Verhältnis handle – eben um eine Liebeleii. Leider aber entbrennt das arme Madl dennoch in Liebe zu ihrem feschen Fritz, einer Glut, der der lebensmüde Fritz überhaupt nicht gewachsen ist. Duell, Fritz stirbt, das Madl geht in die Donau...

Das alles ist weitschweifig und müde gespielt – das zweite Bild ist unverständlicherweise gegen den Text gestaltet – antinaturalistisch. Der heutige Betrachter ist nicht gerührt – es geht ihm nicht ans Herz. Der junge Mann

ist fad, das Madl nicht süß und Puck ist sauer. Sauer, dass man Gespenster einer historisch nicht erhaltenswerten Epoche zum Leben erwecken will – erfolglos, wie es uns scheint, weil Probleme uninteressanter Menschen nicht interessant sind – da ist jeder Clochard viel bemerkenswerter. Wie heisst doch das moderne Wort – ach ja – das alles lässt sich nicht mehr «nachvollziehen».

Puck

**sansilla**  
Medizinisches Mund- und Gurgelwasser  
gegen Schluckweh

HANS DERENDINGER

## Einfälle und Ausfälle

Auch Geistesblitze setzen ein Gewitter voraus.



Er findet sich nicht bereit, seine Idee aufzugeben.  
Man darf's ihm nicht verübeln: Es ist seine einzige.



Rednerschicksal: Bei jeder Gelegenheit  
verlor er einige Worte – wie war er sprachlos,  
als sie schliesslich zur Neige gingen!  
Was nicht zu beklagen wäre,  
wenn die Sprachlosen zu schweigen wüssten.



Die gravitatischen Redner beginnen den Satz  
mit einem Punkt.



Der Mann liebt es, sich mit Aemtern zu kleiden.  
Wenn er sich im Spiegel betrachtet,  
prüft er immer auch, wie ihm seine Aemter stehn.



Die Leute von der Schneeräumung halten es  
mit den Politikern:  
Sie schieben ihr Problem beiseite.



Am meisten Ratschläge sind erhältlich,  
wenn allgemeine Ratlosigkeit herrscht.



Die Zeitungen sind die Gouvernanten der Gouverneure.



Die Zeitungsschreiber sind der strengen Auffassung,  
dass die Fakten sich an die Zeitungsberichte  
zu halten haben.



Und ganz zuletzt schuf Gott den Journalisten,  
um von ihm zu erfahren,  
dass er ihn ganz am Anfang hätte schaffen sollen.