

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 106 (1980)
Heft: 25

Rubrik: Blick in die Schweiz : Milch der frommen Denkart

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: 21.02.2026

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

Blick in die Schweiz: Milch der frommen Denkart

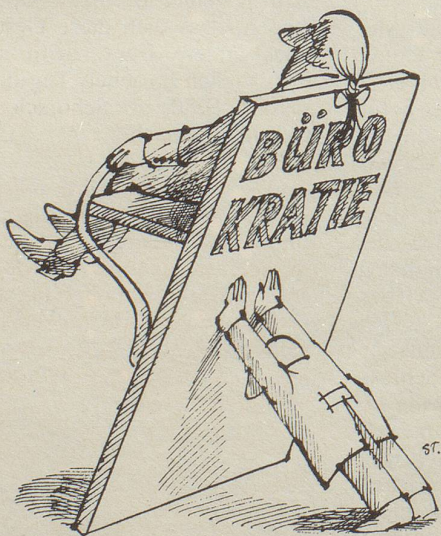
Das Jahr der M

Nach dem etwas verregneten M-Frühling gehen wir der natürlichen Sommerzeit entgegen, während die künstliche Sommerzeit in den umliegenden Ländern ihre Früchte zu tragen beginnt. Was unsere sommerzeitfeindlichen Landwirte befürchtet hatten, scheint sich zu bewahrheiten. Wie der Hannoveraner Landvolk-Pressedienst berichtet, klagen Bauern in Niedersachsen seit Einführung der Sommerzeit über Leistungsabfall des Milchviehs und verminderte Gewichtszunahme der Mastschweine. Für übergewichtige Städter ein wichtiger Fingerzeig! Die geschädigten Bauern dagegen werden sich nun einer Entdeckung erinnern müssen, die vor wenigen Jahren einiges Aufsehen erregt hat. Damals hiess es, der Milchertrag steige erheblich, wenn Kühe im Stall mit Musik berieselt würden. MM – MM: Mehr Musik – mehr Milch!

So werden wir damit rechnen können, dass auch bei uns einerseits die Sommerzeit eingeführt wird als probates Mittel zum Abbau von Milchschwemme und Fleischberg; andererseits werden Milchleistungsabfall und Gewichtszunahmeverminderung wieder bekämpft mit Stall-Beat und Tenn-Rock. Und so wird es beim Zwang zur Förderung des Milchabsatzes bleiben, so oder so. Vermutlich stehen wir z. B. kurz vor der Kreation des neuen Milchdrinks «Disco-Milk», und bereits hat der Verband Schweizer Milchproduzenten den unerhört originellen Einfall geboren, eine Miss Milch (MM) zu küren. Der Schritt zur Miss Joghurt oder zur Miss Käse ist nicht weit, und wir gehen ebenso sicher wie erfreulicherweise einer eigentlichen Misswirtschaft entgegen.

Wer den Schaden hat, braucht für den Spot nicht zu sorgen

Ganz mächtig setzt sich nun auch der Bundesrat in der Milchwerbung ein. In einem längeren Aufruf werbetextete Bundespräsident Chevallaz: «Die Milch bringt Verdienst, Arbeitsplätze – auch ausserhalb der romantisierten Sennerei. Wer kann heute noch auf die Bekömmlichkeit von Milch und Milchprodukten verzichten? Eigentlich niemand mehr!» Und in der Tat ist nicht einzusehen, weshalb neben



Fussballern und Eishockeyspielern nicht auch die Bundesräte auf ihren Leibchen Werbung treiben sollen. Der beispielhafte Werbespot von Herrn Chevallaz wird Schule machen. Wie beispielhaft der Text ist, erkennt man daraus, dass man in diesem Text nur das Wort «Milch» z. B. durch «Obst» ersetzen muss und «Sennerei» durch «Mosterei» – und schon ist man in einer andern Branche. Und der Text muss nur ganz gering geändert werden, um z. B. Herrn Schlumpf zu ermöglichen, werbend für vermehrte Benützung der SBB oder für den Bau von A-Werken einzutreten.

Man darf gespannt sein, wofür die andern Herren des Bundesrates zu werben sich entschliessen werden oder schon entschlossen haben. Wer wird «Gauloise bleu» übernehmen und wer «Sinalco» und wer den Allwetter-Autopneu «MM-Super»? ... Dass aus bundesrätlichem Munde auch negative Werbung klingen kann, gehört ins Reklamefach. Der erste Versuch ist bereits erfolgt, wenn sich der Probegalopp vorerst auch auf relativ harmloser Ebene der Meinungsumfragerei abwickelte. Es gebe – erstens – seriöse Umfragen, werbespotete der Bundesrat, und zweitens unseriöse; und Meinungsumfragen könnten die rechtlich vorgesehenen Entscheidungsverfahren nicht ersetzen. Das war klug gesprochen, wenn auch nicht freiwillig, sondern als Entgegnung auf die «einfache Anfrage» eines Parlamentariers; und die Antwort, die jeder andere wohl in ähnlicher Weise auch hätte geben können und gegeben hätte, war weniger überraschend als der Umstand, dass überhaupt ein eidgenössischer Parlamentarier geglaubt hatte, diese Frage stellen zu müssen.

Alternativ-Kultur

Werbung geschah jüngst auch in Zürich (MMM: Mächtige Manifestations-Materialschlacht). Angesichts der Volksabstimmung über einen Millionenkredit für die Sanierung des Opernhauses wurde – vorwiegend von Jugendlichen – Werbung betrieben für eine vermehrte Förderung der «Alternativ-Kultur»! Benützt wurden dazu vorwiegend Alternativ-Werbemittel wie Molotow-Cocktails, Pflastersteine, Zertrümmerung von Schaufenstern und Plünderung. Obwohl in Fernsehen und Radio sogleich Soziologen und Sozialpädagogen andere, beruhigend-einleuchtende Gründe für die «Zürcher Glasnacht» anzuführen wussten, die für die Besitzer der ausgeplünderten Ladengeschäfte ausserordentlich tröstlich sein dürften, ist nicht auszuschliessen, dass der vandalisierende Mob nur für seine alternativ-sprachkritische Auffassung warb, der Begriff «demonstrieren» sei von «demonstrieren» abgeleitet. Andere allerdings sind der Meinung, mit dem demonstrierten Schlachtfeld habe man dem einseitig orthodox-kunstbeflissenen Bürger werbend vor Augen führen wollen, was unter Alternativ-Kultur eigentlich zu verstehen sei. Es ist nicht auszuschliessen, dass jugendliche Vandalen sich bald ebenfalls in die Front der Milchwerber einreihen und – ihr alternatives Tun rechtfertigend – mit Transparenten demonstrieren werden, auf denen Schillers Tell zitiert wird: «In gärend Drachengift hast du die Milch der frommen Denkart mir verwandelt.» Zwar wurden in Zürich vorerst keine Milchläden, sondern Spirituosengeschäfte geplündert. Herrn Chevallaz' Aufruf, Milch mache müde Männer munter, ist offensichtlich noch nicht in den Bereich der Alternativ-Kultur gedrungen. Die «Nacht von Zürich» fiel ja auch nicht mit dem «Tag der Milch» zusammen.

Bruno Knobel