

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 111 (1985)
Heft: 18

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](#)

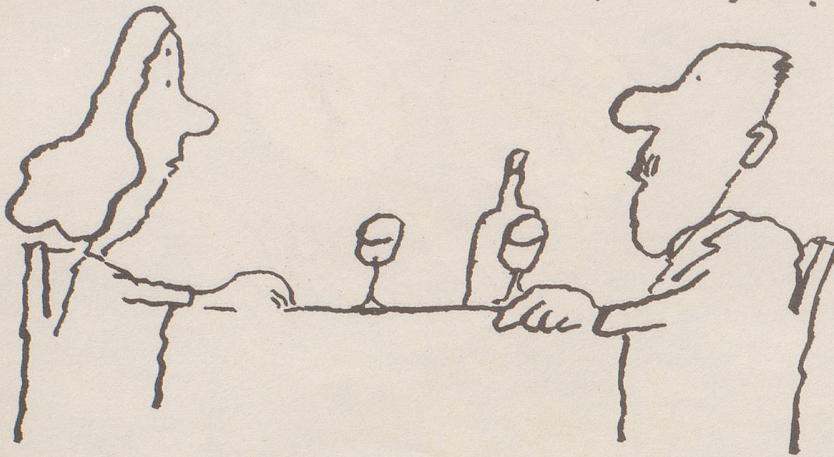
Terms of use

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: 12.01.2026

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

... was heisst
da **MAGERWIESE**?



In meiner Position
können wir uns



... sogar eine
FETTWIESE
leisten!



FURACK

Wulwu

In seinem oft zitierten Weltblatt stiess Puck auf ein dreiseitiges Inserat eines bekannten Konzerns (Riesenspielzeuge für Erwachsene) aus Aquavitanien, dem Land der Wälder, der grossen Seen, der blonden Mädchen und der Trolls. Das gigantische Inserat machte eigentlich fast keine Werbung – nur ganz unerschwinglich. Da wurde nämlich das Märchen von einer Prinzessin erzählt: Wie sie dank der Intelligenz ihres arteriosklerotischen Vaters unter die Haube kam: Derjenige von zwei Prinzen, welcher mit dem Geldbetrag (zweimal der gleiche Betrag natürlich), den der König stiftete, schneller ein Schloss für die Königstochter bauen könne, solle der Gemahl der schönen Asa werden.

Es stellt sich heraus, dass der Prinz Wulwuli zwar langsamer, aber seriöser und sozialer baut als der frömde Fötzel Agnay (vermutlich ein Gelber). Dem nämlich will's trotz grösserem Tempo nicht gelingen, weil er die Arbeiter schindet und minderwertiges Material verwendet. So kommt es – wer hätte das gedacht –, dass Prinz Wulwuli ans Ziel seiner Wünsche gelangt, und wenn die beiden nicht gestorben sind, dann fahren sie heute noch ihren Wulwu, Jahrgang 1956 (nicht zu töten).

Was sich wohl die Man-Ager (nicht teen-ager) des grossen Konzerns gedacht haben, als sie solch kostspielige Werbung erfanden? Glauben sie allen Ernstes, jemand wäre mit solchen Ammenmärchen zum Kauf eines Produkts ihrer Firma zu bewegen? Bei der nicht gerade überwältigenden Intelligenz vieler Spielzeug-Interessenten ist sogar zu befürchten, dass einigen der höhere Sinn oder Unsinn des erzählten Märchens gar nicht aufgeht. Selbst wenn das aber der Fall wäre – welcher Käufer unterzieht die Fabrik, aus dem sein Teddybär stammt, einer soziologischen Untersuchung? Vermutlich war der Reingewinn zu hoch (Steuern), so verlockt man Überschuss in solche Werbung. Puck

Konsequenztraining

Früh übt sich, was ein Konsequenter werden will. In der Kindersendung «Hoschehoo» des Schweizer Fernsehens wurden die jungen Zuschauer gefragt: «Wissed er der Unterschied zwischene Töffli und em Bundesroot Egli?» – «S Töffli cha me frisierere!»

Bohoris