

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 115 (1989)
Heft: 42

Rubrik: Übrigens...

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: 05.04.2026

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

Regierung?

Auch im Innenraum gibt es noch eine potentielle Displayfläche. Das unzeitgemäss romantisch angehauchte Riesengemälde mit der obskuren Seelandschaft könnte durch einen Grossbildschirm ersetzt werden, der einigen jährlich zu ermittelnden Hauptsponsoren zur Verfügung stünde. Sie könnten in den Redepausen der Sessionen da ihre Spots zeigen.

Parlamentarische Trikotwerbung

Mit einer kleinen Umgestaltung der Debatten könnte die ganze Sache um vieles attraktiver gemacht werden. Statt Einzelredner zu Wort kommen zu lassen, müssten jeweils Paarungen aus sich gegenüberstehenden Parteien ausgelost werden, welche während fünfzehn Minuten Gelegenheit hätten, sich zu profilieren. Die Rednerpaare würden schon Wochen vorher festgelegt und – je nach Attraktivität der Kontrahenten – die Preise für die in die Übertragung einzuspielenden Werbespots festgesetzt. Es wäre durchaus hilfreich, wenn zwecks übersichtlicherer Gestaltung des Werbewertes einzelner Parlamentarier, ähnlich wie beim Tennis, eine monatlich ändernde Rangliste aufgestellt würde. Den Parteien gesamthaft wäre es erlaubt, sich einen Hauptsponsor auszusuchen.

Die Sponsorengelder für derartige Trikotwerbung würden natürlich in direktem Zusammenhang zur Fraktionsstärke ausbezahlt. Die einzelnen Abgeordneten könnten natürlich auch noch Individualwerbeträger abschliessen, von deren Erlösen ein bestimmter Prozentsatz ihnen persönlich und der Rest der Parlamentsfinanzierung zugute käme. Es ist ohne weiteres ersichtlich, dass für diese Aufgaben grosses kreatives Talent und Durchsetzungsvermögen nötig sind.

Die Stars unter den Volksvertretern hätten des weiteren noch die Möglichkeit, ihre Popularität auch in ihrem Privatleben zu nutzen und dort als Werbeträger aufzutreten. Als dezente Werbeflächen böten sich Krawatten, Hosenträger und Gürtel an, während für grössere Summen auch schon daran gedacht werden könnte, auf dem Rücken des Anzugs das Firmenemblem des Geldgebers zu präsentieren, so dass schon von weitem sichtbar wäre, wofür dieser Politiker steht.

Selbst die werbeträchtigen National- und Ständeräte wären aber gegen die sieben Werbeträger par excellence trotz allem nur kleine Fische. Ihre ständige Medienpräsenz macht die sieben Bundesräte zu den idealen Merchandisern schlechthin. Natürlich würden hier – um des guten Geschmacks willen – grosse Werbeaufdrucke (grösser als 30x30 cm) verboten, aber die Kombination der Anwendung bestimmter Artikel (Kugelschreiber, Diktiergeräte, Aktenvernichter) liesse auch hier ein enormes Marketingpotential entstehen. Bundesräte weisen ja eine hohe Medienpräsenz auf. Durch gezielte Grossaufnahmen und entsprechende Kommentierung käme eine enorme Werbewirkung zustande. Wenn es heissen würde: «Bundesrat V. setzte zum Abschluss der Verhandlungen mit einem Mont-Blanc-Füllfederhalter seine schwungvolle Unterschrift unter die erzielte Vereinbarung», oder: «Bundesrätin K. demonstriert in beeindruckender Weise, wie der Aktenwolf BLITZSCHNELL in Sekundenbruchteilen selbst mit den dicksten Dossiers fertig wird», müsste daneben jeder erfundene Werbespot zu Makulatur werden. Sobald diese Werbekampagne anläuft, kommt die Schweiz dem Ziel, die erste selbsttragende Regierung der Welt zu haben, schon sehr nahe.

Übrigens ...

Wer den Teufel an die Wand malt, spart die Tapeten. *am*

Spot

■ Noch Platz frei

Der Zürcher SP-Nationalrat Hans-Jörg Braunschweig monierte, das Parlament könne kaum mehr Gesetze gestalten, werde überall eingengt und ermahnt. Blick nach hinten: Verbotstafel «Vernehmlassungsverfahren». Nach rechts: Verbotstafel «Ständerat». Links: Verbotstafel «Kantone, Föderalismus». Vorn: Verbotstafel «Referendum». Auf seine Frage, wo eigentlich noch Raum sei, wo das Parlament seiner ureigensten Aufgabe gerecht werden könne, ertönte aus dem Saal der Zwischenruf: «Oben!» *G.*

■ Wie wahr!

Längst hat Franz Hohler in blütenreicher Rede deklamiert: «Auch die schlechte Luft wird auf die lange Bank geschoben, trotzdem sie wie Pilze aus dem Boden schießt!» *oh*

■ Züri-Gnom

Am 29. Oktober wird der Comicstar Asterix dreissig Jahre alt. In den Asterix-Abenteuern agierende Figuren tragen oft Namen, die zum Teil raffinierte Aussagen enthalten. Das gilt selbst für Nebenfiguren, und so heisst denn in einem einschlägigen Asterix-Abenteuer der Schweizer Bankier «Zurix». *wt*

■ Demo

Auf die Frage, wofür er demonstrieren würde, sagte Radiomoderator Christoph Schwegler: «Wenn das Demonstrationsrecht abgeschafft werden sollte, gehe ich auf die Strasse!» *ea*

■ Samt P.S.

«Verdient ein Dorfverein, der die Verlegung der Dorfpost ins Industrie- und Gewerbeviertel anstrengen wollte, diesen Namen überhaupt noch? So geschehen in einem südlichen Vorort von Baden. He nu, Hauptsache ist, dass die Kirche im Dorf bleibt.» Das schreibt das *Badener Tagblatt* und fügt verräterisch bei: «P.S.: Hat es in Dättwil überhaupt eine Kirche?» *G.*