

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

Artikel: Der unaufhaltsame Aufstieg
Autor: Regenass, René
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-617170>

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: 04.04.2026

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

EINES MORGENS STELLTE HANS Klein zufällig fest, dass an jedem Kleidungsstück, das er anzog, eine Etikette oder ein Logo angebracht war. Dabei trug er ganz gewöhnliche Kleider, gekauft in einem Konfektionsgeschäft. Auch die Unterwäsche besorgte er sich nicht in einer Boutique, sondern im Supermarkt.

Erstaunt über diese Erkenntnis überlegte er weiter: Wäre ich konsequent und verzichtete auf jedes Kleidungsstück, das mit einem Firmensignet versehen ist, so stünde ich völlig nackt da.

Er musste lachen, weiter beschäftigte ihn die Sache nicht.

Doch sein Blick war nun geschärft. Unterwegs zum Büro machte er die Entdeckung, dass er überall von Werbung umgeben war. Auf den Plastiktüten prangten Firmennamen und Signete, an den Plakatsäulen fanden sich Werbesprüche, in der Strassenbahn begegneten ihm sogar an den Fensterscheiben Reklamebilder. Wohin er auch seine Augen richtete, jedesmal Werbung für irgend etwas.

Um dieser Werbeflut zu entgehen, sagte er sich, müsste man eigentlich die Augen schliessen, zu Hause beim Fernsehen auch noch die Ohren.

Plötzlich kam ihm die Idee, dagegen zu protestieren. Er erinnerte sich, dass vor ungefähr zwanzig Jahren eine merkwürdige Sucht die jungen Leute ergriffen hatte: Sie flitzten nackt durch die Strassen.

Das wär's doch, dachte er. Damit könnte zumindest auf die Werbung an den Kleidern hingewiesen werden – eben als Nackter.

Natürlich verwarf Hans Klein diese Idee sofort wieder; einmal aus Schamgefühl, dann in der Einsicht, dass er nicht unbedingt ein Adonis war. Und überhaupt, schalt er sich, warum soll ausgerechnet *ich* mich exponieren?

Im Büro erzählte er spasseshalber den Kolleginnen und Kollegen von seinen Beobachtungen und Gedanken.

Er erntete verlegenes Lachen.

Nur die Lehrtochter, die sich schon immer gegen die Konsumgesellschaft und ihre Auswüchse aufgelehnt hatte, pflichtete ihm bei. Wir müssen zu diesem Thema eine Demo organisieren, sagte sie.

ETWA EINE WOCHE SPÄTER BEgegnete er der Lehrtochter in der Stadt. Sie kam freudig auf ihn zu.

Herr Klein, sagte sie, bald ist es soweit.

Was ist soweit? fragte er verdutzt.

Das mit der Demo. Sie erinnern sich

doch: Wegen der Schleichwerbung. Ich habe Ihren Einfall an einer Vollversammlung unserer Gruppe eingebracht. Alle waren begeistert.

Ausgezeichnet, sagte Klein.

Selbstverständlich sollten Sie auch dabei sein.

Klein winkte erschrocken ab. Das überlass' ich den Jüngeren, sagte er.

Wieso denn? Es sind doch alle von den Auswüchsen der Werbung betroffen, jung und alt. Sie brauchen bloss mitzulaufen.

Klein spürte, dass die Lehrtochter nicht locker liess, sie ihn überreden wollte. So vertröstete er sie: Gut, ich will mir das mal überlegen.

DER TAG KAM. DIE DEMO WAR mit kleinen Plakaten an Hauswänden, Kandelabern, Mauern und weiteren Orten angekündigt worden.

Es sollte freilich keine gewöhnliche Demo werden. Verschiedene Aktionen und Happenings waren angesagt. Klein ahnte, was damit gemeint war. Immerhin wollte er nicht ganz abseits stehen.

So mischte er sich unter die Zuschauer, wartete gespannt.

An die zweihundert Demonstranten hatten sich eingefunden.

Eine Band spielte.

DER UNAUFHA

Dann wurde ein Transparent hochgehalten. Macht die Werbung machtlos! stand darauf.

Auf einmal packte ihn der unwiderstehlich Drang, mitzumachen. Seine Vernunft war ausgeschaltet. Er drängte sich durch die Zuschauer, hin zu den Demonstranten. Dort traf er auf die Lehrtochter.

Ich mache mit, sagte er stolz.

In einer Hausnische riss er sich alle Kleider vom Leib, die mit einem Markenlogo versehen waren. Zum Schluss war er nur noch mit Unterhose, Socken und Schuhen bekleidet.

Er nahm das Transparent und setzte sich an die Spitze der Demo. Tosender Beifall umbrandete ihn. Tapfer führte er den Zug durch die Strassen, liess sich durch keine anzüglichen Zurufe beeindrucken.

Nach einer halben Stunde erschien die Polizei.

Sie nahm Hans Klein fest.

TATSACHE AUFSTIEG

Wegen Erregung öffentlichen Ärgernisses, sagten die Polizisten. Auf dem Polizeiposten wurden seine Personalien registriert.

Wenn eine Anzeige erstattet wird, sagte ein Polizist, dann werden Sie sich vor Gericht verantworten müssen.

Hans Klein war völlig deprimiert. Allmählich wurde ihm bewusst, was er angestellt hatte.

Er machte einen verzweifelten Versuch, sich zu rechtfertigen. Schliesslich, sagte er, sind in einem Gartenbad auch alle nur dürrtig bekleidet, eine Badehose und sonst nichts.

Das ist etwas anderes. Es macht doch einen Unterschied, ob man sich so in einem Bad oder in der Stadt zeigt.

Inzwischen hatte ihm ein anderer Polizist die Kleider gebracht. Ziehen Sie sich an, sagte er barsch.

ALS KLEIN DEN POLIZEIPOSTEN verliess, hatte sich die Demonstration aufgelöst. Einsam und niedergeschlagen schlich er sich durch die Strassen, heimwärts.

Da trat ein elegant gekleideter, jüngerer Mann auf ihn zu.

Entschuldigung, sagte er. Sie sind doch derjenige, der halb nackt an der Spitze der Demo mitgegangen ist?

Was wollen Sie? fragte Klein verwirrt zurück.

Sie sind ein bisschen durcheinander. Das verstehe ich. Um Sie zu beruhigen: Ich bin kein Polizist, auch kein Detektiv oder etwas Ähnliches. Ich möchte Ihnen nur einen interessanten Vorschlag unterbreiten, unverbindlich.

Und das wäre?

Wollen wir nicht zusammen einen Kaffee trinken? In einem Café liesse sich leichter miteinander reden als auf der Strasse.

Meinetwegen.

Im Café kam der Mann zur Sache: Sie müssen nicht erschrecken, es ist ein ungewöhnlicher Vorschlag.

Der Mann machte eine Pause, fuhr leiser weiter: Sie werden sich wohl im klaren sein, dass Ihr Auftritt Folgen haben wird. Nicht nur strafrechtlich, auch dort, wo Sie arbeiten, wird man bestimmt mit Konsequenzen drohen, Sie vielleicht fristlos entlassen.

Hans Klein spürte, wie er schwitzte; vor seinen Augen trübte sich alles. Den Mann hörte er weit weg reden, kaum mehr verständlich.

Das ist die Situation, sagte der Mann. Zum Glück für Sie habe ich mit einem kleinen Team einen Videofilm gedreht. Sie stehen im Mittelpunkt. Und das aus einem besonderen Grund: Wir, das heisst die Werbeagentur, in der ich Executive Manager bin, möchte die Demo gegen die Werbung für die Werbung nutzen. Haben Sie begriffen?

Hans Klein nickte.

OK. Wir werden also eine grossangelegte Kampagne starten – mit Ihnen. Auf diese Weise drehen wir die Chose um, zu unseren Gunsten. Kein schlechter Gag, finden Sie nicht?

Wieder nickte Hans Klein. Er fand keine Kraft, um zu widersprechen.

Kurz, sagte der Mann weiter, wir machen ein paar Werbespots aus dem Videoclip, blenden zwischendurch das Signet

einer Kleidermarke ein. Das wird hinhalten. Überall wird man davon reden. Und Sie werden zu einem Star.

Ich will aber nicht, entgegnete Hans Klein mit dem Mut der Verzweiflung.

Selbstverständlich werden wir Ihren Namen nicht nennen. Sie bleiben gewissermassen anonym. Und nun komme ich zum Anfang zurück: Sie werden fürstlich honoriert; an die zehn Mille liegen für einen Spot drin. Ausserdem offerieren wir Ihnen einen Vertrag für weitere Auftritte – allerdings bekleidet. Wenn Sie einsteigen, sind Sie nicht mehr auf Ihren Bürojob angewiesen. Wir werden Ihr Leben verändern! Vertrauen Sie auf sich, auf Ihre kreativen Fähigkeiten, die Sie so spontan offengelegt haben. Sie sind ein Talent!

Klein war müde, liess sich beschwatzen.

TATSÄCHLICH WURDE KLEIN fristlos gekündigt.

Am gleichen Tag fand er im Briefkasten den Vertrag der Werbeagentur. Der Mann hatte im Café nicht zuviel versprochen.

Aus dem kleinen Angestellten Hans Klein wurde ein begehrter Dressman. Der Spot von der Demo war ein Hit, erhielt sogar zahlreiche Auszeichnungen. Klein entwickelte sich zum Prototyp einer ganzen Generation: der vierzigjährigen Angestellten, die wenigstens durch ihre Kleidung auffallen konnten.

Als er wieder einmal das Studio, wo die Werbefilme gedreht wurden, verliess, stand er unversehens vor der Lehrtochter. Verräter! sagte sie zu ihm. Nur dieses eine Wort: Verräter.

Klein war tief getroffen. Sie hatte ja recht.

Der Vorwurf liess ihm keine Ruhe mehr.

Er stieg bei der Werbeagentur aus und eröffnete eine Kleiderboutique für junge Leute. Trendy ohne Logo, abgekürzt ToL, hiess der Laden. Die ehemalige Lehrtochter wurde Geschäftsführerin.

Es gibt noch Märchen, sagte Klein, als er mit ihr in einem vornehmen Restaurant speiste.

Und sie antwortete ihm: Zu jedem Märchen gehört ein Happy-End.

Doch darauf wollen wir verzichten. Denn das gäbe schon wieder einen Werbespot.