

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 116 (1990)  
**Heft:** 47

**Artikel:** Geschmacklos, aber rechtlich abgesichert  
**Autor:** Weingartner, Peter  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-617755>

#### 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>**



«Na ja, zuerst dachte ich noch, es handle sich bloss um eine einmalige Sache, um einen Werbegag vielleicht, mit dem die Leute von RTL plus auf ihren verrückten TV-Sender aufmerksam machen und neue Zuschauer gewinnen wollten. Aber dann musste ich mit Schrecken feststellen, dass die doch tatsächlich allen Ernstes vorhaben, aus dieser Idee eine Institution werden zu lassen: Ich meine die Tatsache, dass man auf diesem Kanal in letzter Zeit an den Wochenenden praktisch rund um die Uhr, bis morgens in alle Herrgottsfrühe was Flimmerndes vorgesetzt bekommt und sich einen Spielfilm nach dem anderen reinziehen kann. Was an sich ja eigentlich begründenswert wäre. Wenn damit für Leute wie mich nicht ein kaum lösbares Problem entstünde: Denn wann – bitte schön – soll ich denn um Himmels willen jetzt noch meine Videos schauen?»

Bruno Blum

REKLAME

**«wenn's kratzt  
im Hals»:**  
Medizinisches  
Mund- und Gurgelwasser  
gegen Hals- und Schluckweh  
In Apotheken und Drogerien  
Distribution: admà sa. genève

# Geschmacklos, aber rechtlich abgesichert

VON PETER WEINGARTNER

Dass Anbieter von Alarm- und Überwachungssystemen in der Werbung für ihre Produkte mit Referenzen operieren, ist verständlich: Referenzen sind der Glaubwürdigkeit des Inseratextes förderlich. Besonders wichtig, wenn es sich um Sicherheit vor Einbrüchen handelt. Neue Wege geht dabei die System Trade & Consulting AG mit Domizil in der Luzerner Vorortsgemeinde Rothernburg. «Mehrere berühmte Einbrecher haben unser neues Alarmsystem mit Erfolg getestet», heißt es da.

Was heißt in diesem Fall «Erfolg»? Unklar ist, ob die berühmten Einbrecher beim Knacken des Alarmsystems erfolgreich waren (und darum jetzt im Kitchen sitzen?) oder ob das Alarmsystem den Versuchen der berühmten Einbrecher widerstand. Hat das Unternehmen den Einbrechern im Gefängnis die Chance geboten, an ihren Geräten herumzufingern, um nicht aus der Übung zu kommen? Ein zynischer Resozialisierungsversuch? Weit gefehlt!

Um die Glaubwürdigkeit des Erfolgstests optisch zu unterstreichen, krönen acht berühmte Einbrecher, je mit einer sechsstelligen Aktennummer unter dem Kopf und einem montierten schwarzen Balken über den Augen, das ganzseitige Inserat im Gratisanzeiger *Luzerner Post*, der auf der Luzerner Landschaft in die Briefkästen flattert. Eine Ungenauigkeit fällt auf: Von den acht berühmten Einbrechern ist einer offensichtlich eine Frau. Eine jüngere. Aber darum geht es hier nicht.

## Verbrechertyp mit fettigem Haar

Worum aber geht es denn? Die Frau in der illustren Verbrecherschar trägt Dauerwellen. Von den Männern tragen drei einen Schnurrbart, zwei davon einen sogenannten Seehundschnauz, des Dritten Schnurrbart zieht sich, einem Westernbösewicht gleich, bis zum Unterkieferknochen hinunter. Dieser «Dritte Mann» hat, ebenso wie ein Gesichtshaarloser, Schulterlange, nicht sonderlich gepflegte Haare. Wie einst René

Botteron und heute der beim FC Luzern kickende Niederländer René van Eck nach einem Fussballspiel im Regen. Dass niemand, auch die Frau nicht, lächelt, erstaunt nicht, schliesslich soll es sich um Verbrecher handeln. Besonders düster schaut ein schlechtgekämpter Mann mit dunklem Teint drein. Und jetzt der Gipfel: Zwei der acht berühmten Verbrecher sind nicht reinrassige Weisse! Da ist doch tatsächlich ein Schwarzer darunter und ein Mulatte vom Typ «vorzeitig gealterter ehemaliger Schwergewichtsboxer». (Ich weiß, sie sitzen tief, die Klischees.)

## Handlungstypische Typen?

Nun, der Bedarf an Feindbildern ist ausgewiesen, vor allem jetzt, da die ehemals bösen Russen abgedankt haben. Es ist wieder erlaubt zu sagen: Es gibt sie einfach, die Verbrechervisagen. Man sieht es ihnen einfach an. Und Ausländertypen sind ohnehin verdächtig. Schnauz, lange Haare, ungepflegt. Das kennt man ja.

Leider fehlt zur ganzen Wahrheit der Ausgleich: Wann endlich werben Banken, Versicherungen, Treuhandunternehmen mit ihren Geld waschenden, der Bevölkerung geraubtes (Flucht-)Geld transferierenden und Steuern hinterziehenden Kunden, streng gekämmt in Krawatte und weißem Hemd? Es ist doch denkbar, dass derjenige, der den Panzerschrank füllt, der grössere Verbrecher ist, als der «Handwerker», der ihn knackt. Oder ist auch das ein Klischee?

Auf Anfrage hin erklärte ein Vertreter jener Firma, die die Alarmsysteme vertreibt, ein Mann mit Humor, dass es sich um gestellte Aufnahmen handle, die in einer Genfer Werbeagentur entstanden seien. Die abgebildeten Personen, von der Strasse weg engagiert, hätten sich damit einverstanden erklärt, als Einbrecher nicht nur in Gratisanzeigern, sondern auch in Fachzeitschriften und im Organ des Schweizerischen Hauseigentümerverbandes zu erscheinen.

Voilà. Die Gedankenlosigkeit um des Gags willen ist selbstverständlich rechtlich abgesichert.