

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 119 (1993)
Heft: 14

Illustration: Igor
Autor: Jaermann, Claude / Schaad, Felix

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>

Patrik Etschmayer

Statt Osterhasen Claudia Schiffer oder Arnold Schwarzenegger aus Schoggi?

Auch diese Ostern bringen wieder eine Flut von Schoggihasen und -eiern in die Geschäfte. Doch immer weniger Leute wollen kaufen. «Es ist Zeit für eine Umorientierung», meint **Klaus Clavadetscher**, ein professioneller Kreativer, in unserem Interview.

Herr Clavadetscher, was für eine Umorientierung braucht es denn Ihrer Meinung nach für Ostern?

Die Sache ist folgende: Wer hat denn heutzutage noch einen Bezug zu diesem ganzen Pipapo? Hasen und solches Zeug? Eben – niemand. Das sind Symbole aus grauester Vorzeit, die damals sicher noch ihre Bedeutung hatten, aber heute ihren Marktappeal total verspielt haben.

Und was machen Sie auf die nächste Saison hin statt dessen in Zusammenarbeit mit der Schoggi-Industrie?

Um das zu beantworten, müssen wir als erstes einmal wissen, wofür denn die Hasen und Eier stehen: Es sind – oder besser waren – Fruchtbarkeitssymbole! Aber es muss mir heute keiner damit kommen, dass er einen Hasen immer noch als Fruchtbarkeitssymbol betrachtet!

Was haben denn Ostern mit Fruchtbarkeit zu tun?

Sehr viel. Es war einmal ein heidnisches Fest, wo das Frühlingserwachen und die neue Fruchtbarkeit gefeiert und eben auch der Hase – als Tier, das viermal im Jahr Junge werfen kann – verehrt wurde. Die Frühlingsempfindungen kennen wir zwar immer noch alle, aber ein Tier wegen der Anzahl der möglichen Würfe pro Jahr zu verehren, käme

wohl höchstens noch einer Landwirtschaftsgenossenschaft in den Sinn. Es ist deshalb an der Zeit, die Osterhasenformen auf den Müll zu werfen und halbnackte Claudia Schiffer, Mel Gibsons, Naomi Campbells und Arnold Schwarzeneggers in Schokolade zu giessen.

Aber das käme ja einer schamlosen Vermarktung von Ostern gleich.

Mir ist es neu, dass es verboten ist, Festtage schamlos zu vermarkten – schliesslich passiert das mit Weihnachten schon seit Jahrzehnten. Ausserdem wäre dies eine Chance für die Schweizer Nahrungs- und Genussmittelindustrie, mit einer guten Idee auch wieder gewisse Auslandserfolge zu erzielen.

Und die Reaktion der Kirchen? Was erwarten Sie da? Schliesslich beabsichtigen Sie ja, im Vorfeld und aus Anlass eines der höchsten Feiertage, Sexsymbole zu vermarkten.

Da mache ich mir eigentlich keine Sorgen. Ich glaube kaum, dass der Papst wegen ein paar Schokolade-Schwarzeneggers einen Aufstand anzetteln wird. Und wenn er's doch machen sollte, ist es höchstens gut fürs Geschäft.

Trotzdem, glauben Sie nicht, dass es in Anbetracht der Ostern vielleicht besser wäre, irgendwelche besinnlicheren Motive aus-

zuwählen als gerade Claudia Schiffer? Es ist doch ein ziemlicher Sprung vom beschaulichen Osterhäschen zur momentanen Sexgöttin.

Haben Sie jemals einen Rammler in Aktion gesehen?

Äh, ja, aber ...

Und das nennen Sie beschaulich?

Ähäm ..., gibt es voraussichtlich irgendwelche rechtlichen Probleme, wenn Sie die schokoladegegossenen Abbilder prominenter Sexsymbole vermarkten?

Diese Frage haben wir natürlich schon abgeklärt. Zum einen müssen die Stars mit ihrer Darstellung einverstanden sein. Die Formen werden deshalb von begabten Bildhauern nach autorisierten Vorlagen gestaltet. Sobald wir dann giessen können, werden die ersten Muster zum endgültigen O.K. den Stars vorgelegt. Ist auch dies getan, werden die ersten fünfhundert Schoko-Sexsymbole mit einem signierten Echtheitszertifikat zu einem beträchtlichen Preis an die Fanclubs ausgeliefert. Dann startet die Produktion, wobei vom Erlös jeder Figur fünf Rappen an den Star abgehen. Für Geld machen die alles.

Und was passiert, wenn einer der Stars plötzlich out sein sollte und kein Mensch die Figuren kauft?

Das ist gar kein Problem – dann schmelzen wir die Campbells einfach ein und machen Samichläuse daraus!

Herr Clavadetscher, wir danken Ihnen für das Gespräch.

