

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 119 (1993)
Heft: 47

Rubrik: Narrengazette

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 22.05.2025

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

Positiv?

Mit einer üppigen Plakat- und Annoncenkampagne stellt sich ein bürgerliches Zürcher Komitee mit dem Namen «Züri positiv» der Öffentlichkeit vor. Und waseliwas meldet, wie ein Blatt aus einem Nachbarkanton festhält, «Züri positiv» als erstes? Dieses: «Trübe Aussichten: die Stadt Zürich steht vor dem Bankrott.»

Unmöglich

Die Radfahrerzeitung *Drahtesel* lässt den Kabarettisten Werner Schneyder mit Feststellung zu Wort kommen: «Das mit den Autofahrern als «Melkkuh der Nation» kann deshalb nicht stimmen, weil man Ochsen nicht melken kann.»

Wetten, dass ...?

Zu seiner Absetzung als TV-Moderator in «Wetten, dass ...?» sagte Wolfgang Lippert der *Tele*: «In unserer Branche stehen die Sektkübel neben den Jauche-Eimern.»

Magische Spende

Bild lässt sich von einem Leser mit Humor berichten: Entwicklungshelfeminister Spranger (CSU) sieht im Zirkus, wie ein Zauberer aus einem Zylinder ein Kaninchen nach dem anderen zaubert. Begeistert spendet der Minister am darauffolgenden Tage der Welthungerhilfe 1000 Zylinder.

Ausprobieren!

«Jetzt mit Alarmsirene» steht am Opferkässeli in der Kirche Jonen AG. Das *Bremgarter Tagblatt* sinniert: «Ob der Alarm abgeht, wenn einer einen Hosenkноп hineinwirft?»

Splitter und Balken

«Schweizer Gratiszeitungen suchen ihr Heil in knalligen Boulevardgeschichten», verkündet, mit Bild, die *SonntagsZeitung* auf Seite 27 ihrer Ausgabe vom 31.10.93. So habe die Horgener *Wochen-Post* einen Bericht «Sex-Show in Wollerau: Die Bilder» gebracht. Zufälle gibt's: Auf Seite 4 der gleichen Ausgabe bietet die *SonntagsZeitung* einen Bericht samt saftigem Bild übers «Oktoberfest der Erotik» in Wollerau, in dessen Verlauf drei Models von echten Bananen, die drei Männern zwischen die Beine geklemmt worden waren, echte «Sahne von der Banane» schleckten, bevor sich «Monika Kälin, die Krähe von Ibach», an einem Lied der Piaf vergriff. So die *SonntagsZeitung*, die keine Gratiszeitung ist, dafür aber eine Königin der Recherche, wie die Nummer vom 24. Oktober zeigt: Im Zusammenhang mit dem Prix Max Petitpierre schrieb sie vom «verstorbenen Alt-Bundesrat», ob schon Petitpierre, 94, durchaus noch in Neuenburg lebt.

Akü-Fimmel

Abkürzungen regieren die Welt. Laut *Bremgarter Tagblatt* wurde im internen Postheftli zum Beispiel Anna With-Estermann als «PH-EHEG von Hermetschwil» verabschiedet. Das ist, wer hätte es gedacht, das postalische Kürzel für «Posthalter-Ehegattin».

Anstrich-Folge

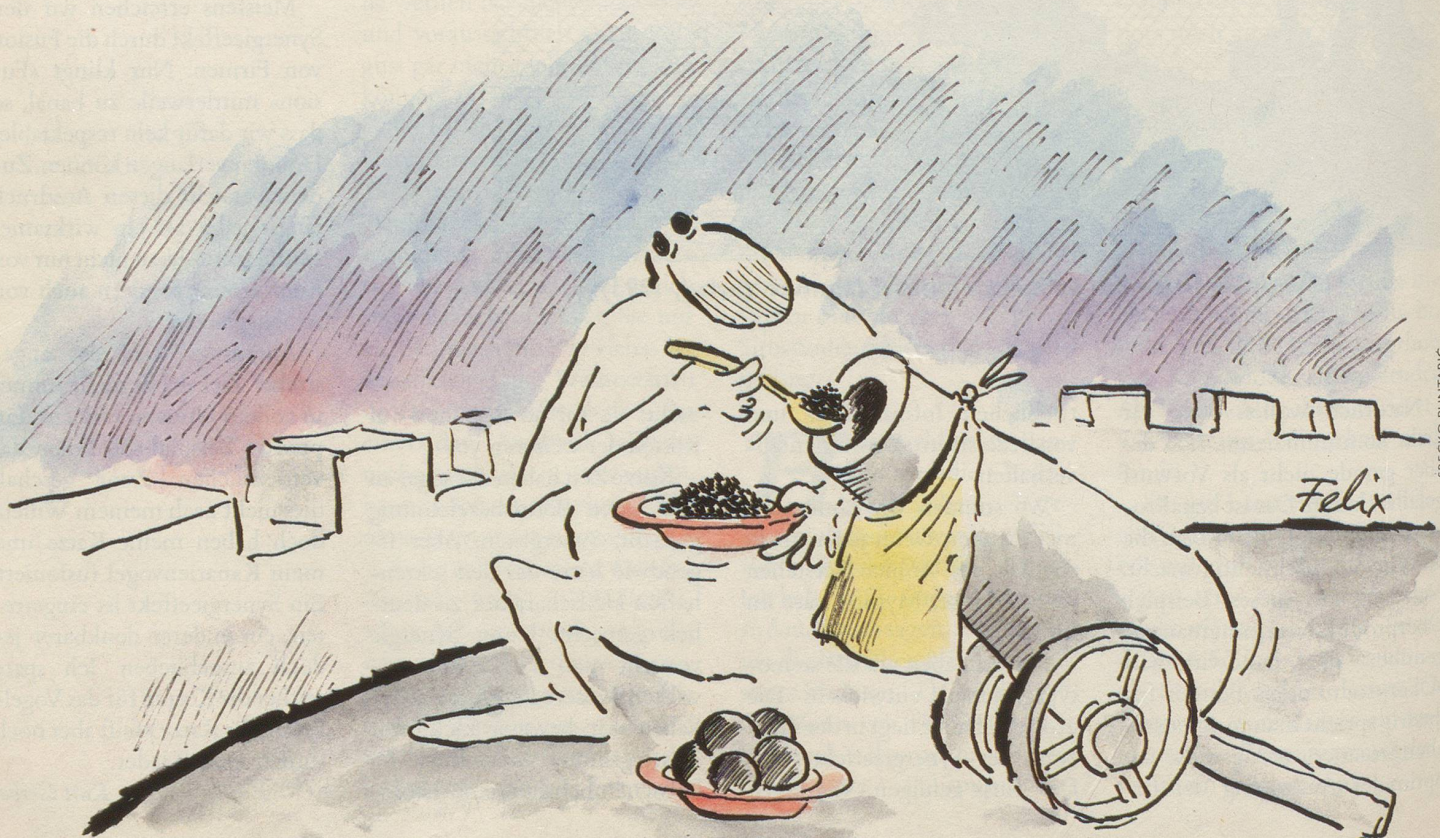
Der Text einer Anzeige der Kosmetikfirma Clarins/Paris wurde im Hohl-«Spiegel» nachgedruckt: «Das Ozonloch hat sich um 20 Prozent vergrössert. Die UV-Strahlung nimmt zu, ebenso die Luftverschmutzung. Logisch: Auch Ihr Make-up muss sich ändern.»

Schade?

Von zwei Bränden in der Münchner Ludwig-Maximilians-Universität mit sechs Verletzten informierte die *Rhein-Neckar-Zeitung* und kam zum Schluss: «Es entstand Millionenschaden. Ein dritter Brand blieb erfolglos.»

Bilanz

Vom 4. Berner Marketing-Tag zitiert der *Bund* den Zollikoner Unternehmensberater Klaus J. Stöhlker in Sachen PR: «Das allgemeine Geschwätz regiert. Die klassische Werbung hat versagt und ist zur Industrie geworden, die ihre eigenen Kinder frisst.»



SRECKO PUNTARIC