

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin

Band: 127 (2001)

Heft: 5

Artikel: Kommunikation 2001

Autor: Fröhlich, Andreas

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-601852>

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: 20.02.2026

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

Wer Logos liebt, lernt leichter

GERD KARPE

Herr Schmalfuss, Sie und Ihre Mitarbeiter haben es sich zur Aufgabe gemacht, dem in finanzielle Engpässe geratenen Schul- und Bildungswesen aus der Klemme zu helfen. Wie soll das geschehen?»

«Das Motto lautet: Werbung gehört ins Klassenzimmer. Lernen mit Logos wird künftig zum Schulalltag gehören wie das Klingelzeichen zur Pause.»

«Sie wollen also Werbeflächen aufstellen?»
«Nein.»

«Warum nicht?»

«Weil die in ausreichender Zahl vorhanden sind. Wandtafeln, Wände, Fenster und Decken bieten sich an.»

«Die Wandtafeln werden aber doch zum Schreiben gebraucht.»

«Die halbe Fläche reicht vollkommen. Dann muss eben einmal mehr zum Schwamm geegriffen werden.»

«Für welche Produkte soll denn in der Schule geworben werden?»

«Für alles, was sich für Jugendliche anbietet: Getränke, Schokoriegel, Jeans, Zigaretten, Sportartikel, Gameboys, Kondome, Walkmans, Computer, CDs, Videorekorder...»

«Genug, genug, Herr Schmalfuss, bei der Unzahl von Produkten kann der Schüler ja keinen klaren Gedanken mehr fassen!»

«Keine Bange, in der Hinsicht sind Schüler ausgesprochen leistungsstark. Echt geil fände ich es zum Beispiel, wenn die Decke eines Klassenzimmers voll geknallt wäre mit heißer Handy-Werbung.»

«So eine Art Bimmel-Himmel?»

«Genau. Das macht die größten Schlafmützen munter.»

«Wo gibt es in den Schulen sonst noch geeignete Werbeflächen?»

«In den Korridoren, der Aula, der Turnhalle, den Toiletten und so weiter. Oder den-



“KLASSENKAMPF”

ken Sie bloss an die ungenutzten oder missbrauchten Außenwände der Gebäude.»

«Was meinen Sie mit missbraucht?»

«Nun, denken Sie doch mal an die weit verbreitete Graffiti-Unsitte. Graffiti kostet Geld, Werbung bringt Geld. Das entlastet den Steuerzahler und die Staatsfinanzen.»

«Wozu sollen die Werbeeinnahmen denn verwendet werden?»

«Zum Beispiel zur Anschaffung von Computern, Büchern und Mobiliar.»

«Und wenn die Sponsorengelder immer kräftiger sprudeln?»

«Kann an die Bezahlung der Lehrkräfte aus Werbeeinnahmen gedacht werden.»

«Was müssen die dafür tun?»

«Sie bekommen von den Firmen einen flot-

ten Dienstdress, der von oben bis unten mit Firmenlogos bestückt ist.»

«Wie die Formel-1-Rennfahrer?»

«Genau. Die pädagogischen Spitzerverdiener werden sich zudem verpflichten, ihre Fahrzeuge ebenfalls in den Dienst der werbenden Sache zu stellen.»

«Meinen Sie nicht, Herr Schmalfuss, dass dabei der Unterricht zu kurz kommt?»

«Auf gar keinen Fall. Wer Logos liebt, lernt leichter. Außerdem müssen Sie bedenken, dass mit der Einführung der totalen Werbung in unser Schulsystem der Bildungshorizont der Schüler durch ein neues Fach erweitert und bereichert wird.»

«Durch was für ein neues Fach?»

«Die Werbelogie.»

Kommunikation

2001

Meine Liebe, stark und tief,
drück' ich aus in meinem Brief,
danach hauchst du ein «amor»
via Handy mir ins Ohr.
Und dass ich dich nie vergess',
schreib' ich dann per SMS,
worauf du mir bald schon faxst,
dass du mich am besten magst.
Schliesslich kommt der Dank von
mir
durch die kleine E-mail hier.

Trotzdem wär ich dir verbunden
– sicher kannst du mich verstehen –,
dich für ein paar nette Stunden
mal in Wirklichkeit zu sehen...

Andreas Fröhlich