

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 128 (2002)
Heft: 1

Artikel: Erotische Werbemittel
Autor: Hoehn, Dietmar
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-596991>

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: 11.01.2026

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

Nur aus Notwehr

HELMUT PÄTZ

Eines Tages hatte Theo, Altmeister des ambulanten Gewerbes, einen genialen Einfall, – und wie ein Bienenschwarm umlagerten die Menschen seinen Verkaufsstand.

«Verehrte Herrschaften!» rief er, «weiss einer von Ihnen, was die Zahl Einhundert bedeutet? Eine Eins mit zwei Nullen dahinter? Keiner von Ihnen weiss es. Dachte ich es mir doch. Also, passen Sie gut auf. Die Hundert ist das Goldene Mass für das menschliche Alter. Hundert Jahre soll jeder von uns werden. Einhundert Jahre! Und vielleicht sogar noch ein paar Jährchen älter. Wie aber sieht es in der Wirklichkeit aus? Oma mag mit siebzig nicht mehr so recht, und auch Opa legt sich nach dem Mittagessen gern ein bis zwei Stündchen hin... und warum? Ja, warum wohl? Nun, ich will es Ihnen verraten... Weil ihnen das Elixier fehlt! Das wirkliche Lebenselixier!» Und mit diesen Worten hielt er beschwörend und triumphierend zugleich eine mit einer undefinierbaren Flüssigkeit gefüllten Flasche in die Höhe.

«Hier ist es also, das Wundermittel, das uns ewige Jugend und nie nachlassende Spannkraft verleiht und erhält, erstmalig auf dem Markt, meine Herrschaften, und ausserdem für jeden Geldbeutel erschwinglich, das Lebenselixier des

berühmten Professor Methusalem aus dem hohen Kaukasus, das – regelmässig vor und nach dem Schlafen genommen – und hundert Jahre alt und dabei immer jünger werden lässt... zwofuffzig nur – die Flasche! Solange der knappe Vorrat reicht... und nicht vergessen für die Lieben daheim, für gute Freunde und nette Nachbarn...»

Man drängelte, man kaufte. «Halt!», rief da plötzlich eine Stimme aus dem Hintergrund, und ein dicker Herr schob sich rücksichtslos durch die empörte Menge. «Packen Sie alles für mich ein!» Er reichte dem fassungslosen Theo einen Geldschein. «Hier ist ein Tausender. Ich nehme alles!» Beim Anblick des Geldes fand Theo seine Sprache wieder. «Selbstverständlich, mein Herr, selbstverständlich...» Er senkte die Stimme zu einem vertraulichen Geflüster. «...aber mir können Sie es doch sagen. Sicherlich sind Sie der Beauftragte eines grossen, fortschrittlichen Unternehmens, welches in dem Wohlergehen seiner Mitarbeiter – nämlich deren Gesundheit und ein langes Leben – die Verwirklichung eines seiner höchsten Ideale sieht...»

«Fortschritt? Wohlergehen?» Der andere sah ihn verständnislos an und schüttelte dann missvergnügt den Kopf. «Nee, mein Lieber. Notwehr ist das, reine Notwehr... ich bin nämlich der Inhaber des Bestattungsinstituts gleich gegenüber...»



Waschmittel unter sich

«Drecksack», sprach der Weisse Riese auf der Wäscheleinewiese, als er Meister Propper sah. Dieses ging dem Meister nah – er war wütend und er hasste seinen Gegner und verpasste ihm ein Veilchen und darum lief der arme Weisse Riese auf der Wäscheleinewiese mit 'nem blauen Auge rum. Da kam eine feine Frau, hiess Persil, war alt und schlau, sprach: «Das alles schadet nicht, ich wasch' Blau aus dem Gesicht.» Zack, schon sprang ein Jungtalent, frisch entdeckt und vehement

mitten zwischen diese drei, rief: «Was soll die Rederei? Es gibt Neues zu erhaschen, wenn die Leute damit waschen, ist nicht nur ein blauer Fleck, sondern auch die Wäsche weg.» Wie erschrakn da die Alten... hatten sie sich falsch verhalten? Plötzlich sollten sie kapieren: Wer sich streitet, wird verlieren. Jeder kaufte schnell ein Drittel des Patentes von dem Mittel und dann liessen sie's verschwinden, keiner konnte es mehr finden. Das war klug! So blieben sie Stars der Werbeindustrie. *Häbchen*

Erotische Werbemittel

Schwingt die weibliche «Kanaille» lockend ihre Wespentaille, respektive ihre Hüften und umgibt sie sich mit Düften, die gezielt den Mann betören, würde dieser später schwören, er sei willenlos gewesen. Wie auch immer, weiterlesen! Schmollt sie gar mit süssem Mund B.B.-gleich aus gutem Grund; trägt sie oben (drein) noch ohne, auf dass sie die Wäsche schone, stöckelt sie zudem in Pumps

wie der Abzug eines Vamps, mit der Folge, dass was bebt und sich allerlei belebt; dann, wenn alles wogt und wackelt, hat der Mann noch nie gefuckelt!? Merke: Werbemittel setzen Frauen immer dann ein, wenn die lauen Schöpfungsherren müde werden und die Fortpflanzung gefährden.

Dietmar Hoehn