

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

**Artikel:** Werbe-Wirkung  
**Autor:** Martens, Joachim  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-597455>

### **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:** 17.04.2026

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

# Der totale Werbewahn

IRENE BUSCH

Tante Trudi lebt allein. Sie kriegt Besuch von Max. Der trägt ihren Schlüssel um den Hals und steht auf Werbung. Er ist zehn und legt Wert auf Markenklamotten. «Ohne Label bist du out», ist sein Motto. Gestern kam er mit blauer Haartolle. «Symbol für Coolness. Werbemässiger Hit», sagte er. Tante Trudi fand es traurig, dass Leute sich so verführen liessen. Max lächelte müde und wollte Quark. «Den von der Amifirma. Wo das Girl sich den Finger ableckt. Affengeil!» Er bekam keinen Quark. Da schwirrte er ab. Tante Trudi liess sich in einen Sessel fallen. Zum Teufel mit dem Werbequatsch! Sie schaltete TV ein. Eine Moderatorin sagte: «Wieder im Kino. Das Mädchen Dilan. Der Film spielt in der östlichen Türkei. Innen dunkle Räume. Aussen wilde Natur.» Sie sah sich einen Ausschnitt daraus an. Dann ging sie schlafen und träumte von dem Mädchen Dilan. Morgens las sie in der Zeitung: «Wieder im Kino. Das Mädchen Dilan. Der Film spielt in der östlichen Türkei. Innen dunkle

Räume. Aussen wilde Natur.» Ärgerlich knüllte sie das Blatt zusammen, stellte das Radio an und hörte: «Das Mädchen Dilan. Der Film spielt in der östlichen Türkei. Innen dunkle Räume. Aussen...» Zitternd drehte Tante Trudi den Ton leise und rief: «Ja, ja, ja – ich gehe heute Abend ins Kino. Ehrenwort!!!». Das hörte Max, der grade eintrat. «Ich komme mit», sagte er, sah sich im Zimmer um und kapierte. TV, Zeitung, Radio... Er grinste: «Du hast den totalen Werbewahn, liebe Tante. Ein Glück. Nun weisst du endlich wie das ist.» Aus seiner Hosentasche zog er einen Apfel und gab ihr den. Als sie hineinbiss, stöhnte er genüsslich: «Lee-ecker. Schmeckt paradisesisch.» Und das war schon wieder Werbung. Mit einem Apfel im Paradies hat schliesslich die Verführung mal begonnen. Doch das haben die meisten vergessen.

## Anruf kurz vor Mitternacht

Die Mitternacht zog näher schon, da klingelte mein Telefon.  
Das Ohr am Hörer schimpfte ich: «Wer bist du, Bursche? Bitte sprich!»  
Erst spruzzelt es, dann tönt der Hörer: «Ich bin es. Gott. Der Weltzerstörer. Vermimm den Spruch für deinesgleichen: Ich hab' sie satt, die vielen Leichen! Ab heute heisst es: Nicht mehr töten! Sonst geht ihr alle morgen flöten!»  
Ich lachte und schmiss ihn aus der Leitung. Das Wichtige steht morgen zwischen der Werbung doch sowieso in der Zeitung...

Wolfgang Reus



„WERDEN SIE VON ADIDAS GESPONSERT?“

JÖRG KÖHNI

## Bubu's Kürzesthörspiel

«Nur drei von zehn Männern wechseln täglich die Unterhose», las Müller-Kleinschmitt auf der Titelseite der Frauenzeitschrift Paula, die er eingeklemmt zwischen seinen Knien heimlich während der Bürozeit studierte. Fest entschlossen, nicht aus der Statistik zu fallen, schrieb er hastig einen Zettel: «Bin beim Arzt», raste zu «Wulwörs» und erstand die beiden teuersten Modelle mit Schlitz und aus Seide, um endlich drei Unterhosen zu besitzen.

Wolf Buchinger

## Werbe-Reim für ein bekanntes Kräuterschnapsprodukt

Der Uhu sitzt auf einem Ast,  
der Förster macht darunter Rast.

Der Förster greift in seine Tasche  
und entnimmt ihr eine Flasche,

öffnet sie und schaut hinein.

Der Uhu hebt sein linkes Bein,

und auf des Försters Mütze scheisst er.

Der Förster trinkt den «Jägermeister».

Der Uhu ruft ganz leis «Schuhuu!».

Der Förster macht die Flasche zu.

Der Uhu fliegt davon zur Jagd.

Der Förster grinst bei sich und sagt:

«Prosit, wohl bekomm es euch!»

Und verschwindet im Gesträuch.

Jan Kaiser

## Werbe-Wirkung

Die Werbung macht damit bekannt, was «in» ist und was relevant. Das Graue wird da schillernd-bunt und hochgepriesen jeder Schund.

Der Kunde, der geblendet ist, kauft – mit Verlaub – den letzten Mist. Ihm wird so manches vorgegaukelt, am Ende fühlt er sich verschaukelt...

...und denkt an Sokrates, der in Athen mehr als vermutet, hatt' geseh'n. Wie viel gibt's doch, das war sein Schluss, was ich bestimmt nicht haben muss.

Joachim Martens

## Die Werbung und die Mode

Du willst wer sein in dieser Welt, leitest dir viel für teures Geld, gehörst dazu und bist dabei, du fühlst dich stark und glaubst dich frei.

Du meinst, du hättest was zu sagen, du fährst auch einen teuren Wagen, du kleidest dich mit weissem Kragen, und weisst Antwort auf alle Fragen.

Du fühlst dich auf der Autobahn und fährst mit einem Affenzahn, versnobt, gestylt, im Zukunftswahn, genau nach Karriereplan.

Merkst du denn nicht, dass man dich lenkt, dass keiner wirklich an dich denkt?

Du bist ein Opfer dieser Welt, denn in ihr zählt nur Geld, Geld, Geld.

Du glaubst du kennst den Sinn des Lebens, doch glaube mir, du rennst vergebens. Halt an, kehr um und find dein Glück, es rennt dir nach, drum kehr zurück.

Zu feig bist du es nur zu wagen, doch eines lass dir dennoch sagen: Die Werbung und die Mode, sie hetzen dich zu Tode!

Peter Flüeler

NEBELSPALTER 1/2002 41