

Objekttyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **80 (1954)**

Heft 18

PDF erstellt am: **19.04.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Philo kommentiert

«Domino» ist eine Bücherzeitung, die von der schweizerischen Werbestelle für das Buch herausgegeben wird. Ihr Start war von einem unangenehmen Begleitgeräusch begleitet, weil einer der Beiträge eher sensationell als sachlich war. Aber heute erkennt man, daß diese Publikation den Betriebsunfall nicht wiederholt. Sie gibt sich leicht und heiter, aber sie streut im rechten Maß das Ernste ein. Sie ist lebendig und wird nach der ersten Durchsicht in der Hand des Lesers nicht sogleich zur Makulatur, man steckt sie vielmehr in die Tasche, um später daraus zu nippen. Sie kennt das Geheimnis des kurzen Beitrags, des sinnvollen Abdrucks, des pointierten Hinweises, der Vielfalt der Themen und nicht zuletzt der guten grafischen Gestaltung. Da sind Hinweise auf Bücher, Selbstanzeigen, Vernehmlassungen von Autoren, Kurzbiographien von Verlegern, die ich mit Interesse lese, da sind kurzweilige und vergnügliche populäre Beiträge, die jenen Leser bei der Hand nehmen, der die Eleganz dem Profunden vorzieht. Jeder findet etwas. Dem Kritiker bleibt zu sagen, daß wir im «Domino» einen wahrhaft kurzweiligen Ratgeber haben.

★

Es war früher Sitte, am Karfreitag die Vorhänge der Schaufenster herabzulassen. Es war ein echtes Gefühl, das den Geschäftsmann daran hinderte, an diesem ernstesten Tage die Werbewirkung seiner Schaufenster spielen zu lassen. Es war nicht nur ein Gefühl des Taktes, es war mehr, es war Ehrfurcht vor dem, woran dieser Tag erinnert. In kleinen Städten hält man sich noch immer an den schönen Brauch, aber in unsern Großstädten, in diesen Riesentümpeln des Unverbindlichen und der geistigen Libertinage, läßt man sich gehen, und die gleichen Erwachsenen, die von ihren Kindern Zucht und Ordnung und Respekt vor dem Andern fordern, und dieses manchmal mit der Zuchtrute fordern, machen hier mit ihrem Respekt selber sehr wenig Staat.

★

Vor jeder Mustermesse muß sich der Geschäftsmann entscheiden, ob er seinen Stand rein auf das Kommerzielle, oder nicht auch ein wenig auf das Gestalterische ausrichten will. Was gehen mich Geschmack, Dekoration und Kunstgewerbe an, sagen sich manche und vertrauen ganz ihrem Produkt, daß es selber wirke. Sie vergessen aber, daß der Messebesucher von jedem Stand, bewußt oder unbewußt, einen Gesamteindruck mit nach Hause nimmt. Ist der Stand ein ungestalteter Messestand, so übertrage ich meinen unbehaglichen Eindruck auch auf die Firma. Muß in dieser Firma nicht ein lässiger, ein unmusischer, ein rein aufs Geld ausgerichteter Geist vorhanden sein, der irgendwie auch das Produkt beeinflusst? frag ich mich. Ich liebe Geschäfte nicht, die an dem mit kalter Schulter vorbeigehen, was in all den Jahren von unserer künstlerischen Werbung erstritten und erreicht worden ist. Gewiß, eine Firma,

die einen schlechten Prospekt herausgibt oder einen schlechten Werbestand an der Mustermesse errichtet, braucht noch nicht ein schlechtes Produkt in den Handel zu bringen, aber mit ihrer schlechten Werbeleistung macht sie uns eben doch mißtrauisch. Wer uns eine schlechte Visitenkarte in die Hand drückt, braucht sich nicht zu wundern, wenn wir ihm mit Mißtrauen begegnen.

Die Note

*Kopfschüttelnd liest mein Vater die Zensuren:
«An was es dir, mein lieber Sohn, gebricht,
du bist zu faul, du könntest, wenn du wolltest;
so strohduhm bist du denn noch lange nicht!»*

*Er mühte öfters sich, mir nachzuhelfen;
wir lasen Caesar, zwischendurch diktierte
er mir den Aufsatz, zwingend voller Logik;
ein Vater schrieb ihn, der sich niemals irrt.*

*Das Resultat war dennoch überraschend;
ich wußte zwar, wer sich nun schämen sollte ...
In Rot stand klar geschrieben: «3-4»
und «Der Verfasser könnte, wenn er wollte!»*

*Mein armer Vater starrte und erstarrte,
ich saß daneben, ein unschuldig Lamm;
für mich war es erklärlich und verständlich:
Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm.*

Hans Roelli

Entnommen dem Gedichtbändchen «Die Familie», enthaltend «zumeist heitere und lausbubige Verse aus meiner fernen Jugendzeit». Hans Roelli, geschätzter Mitarbeiter des Nebelspalters, schenkt uns seine Jugenderinnerungen, die er mit Schalk und Humor, aber auch mit leiser Wehmut und verhaltener Poesie zu erzählen weiß. (Verlag Amstutz & Herdeg, Zürich.)

Hinter den Vorhang gesprochen:

Zwei Geißeln der Menschheit: der Geist der Eroberung und die unrechtmäßige Anmaßung der Macht. Benjamin Constant

Was moralisch falsch ist, kann gar nicht politisch richtig sein. Gladstone

Es kommt nicht darauf an, ob die Sonne in eines Monarchen Staat nicht untergeht, wie sich Spanien ehemals rühmte, sondern was sie während ihres Laufes in den Staaten zu sehen bekommt. Georg Christoph Lichtenberg

KALODERMA
Gelee
NIE MEHR RAUHE HÄNDE
100% Schweizer Produkt Kaloderma AG, Basel



bei guter Musik
im BAUR AU LAC-Garten
in ZÜRICH

SEIT 1860

Bündner
Wacholder

Ein fein-aromatisches
Edeldestillat, bewährt
und beliebt seit 1860!

SPEZIALBRAND

Kindtschi

KINDTSCHI SÖHNE AG DAVOS