

<b>Zeitschrift:</b>	Zürcher Illustrierte
<b>Band:</b>	10 (1934)
<b>Heft:</b>	46
<b>Artikel:</b>	Da staunt der Laie... : Mittel und Wege zur Berühmtheit
<b>Autor:</b>	Gilland, Hill
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.5169/seals-754955">https://doi.org/10.5169/seals-754955</a>

### 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:** 24.01.2026

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

# Da staunt der Laie...

## Mittel und Wege zur Berühmtheit

*Eine Reihe von Enthüllungen von Hill Gilland*

«Stunt» nennt der Amerikaner das Mittel, das einer anwendet, um berühmt zu werden. Das Rezept dazu heißt: Man nimmt einen verwegenen Einfall und eine gehörige Dosis Unverfrorenheit, röhrt beides mit einer mächtigen Propagandakelle zu Schaum, überzuckert das Ganze mit dem unverwüstlichen Glauben an die Sensationslust und Leichtgläubigkeit der Masse und — der Stunt ist fix und fertig. Viele haben's versucht, manchen ist's mißglückt und wenigen gelungen. Von einigen, die Glück hatten, sei hier erzählt, wie sie's machten, bis sie oben waren, auf den erstrebten Gipfeln des Ruhmes, und was sie taten, um nicht wieder herunterzurutschen. In dieser und einigen folgenden Nummern wird nun also die Rede sein von solchen «Stunts».

### Das Leben schreibt die schönsten Romane — erfindet die besten Stunts

Im Winter 1925 liefen in den Redaktionen der amerikanischen Zeitungen alarmierende Nachrichten aus dem Sandhöhlegebiet des Staates Kentucky ein. Es handelte sich um den schon aus früheren Höhlenforschungen bekannten Floyd Collins, einen ehrgeizigen jungen Kentuckyer, der seit Jahren die Geheimnisse der Hügel seines Staates auskundschaffte.

Diesmal — so hieß es in den Telegrammen — nahm eine solche Expedition eine tragische Wendung. Die Sanddecke der Höhle, in die er gerade eindrang, sei ins Rutschen geraten. Sie ließ sich auf Floyd Collins nieder, der vom Druck der immensen Sandmassen festgehalten sei.

Die Redakteure der Zeitungen, die das Telegramm zu lesen und auf ihre Verwendbarkeit zu beurteilen hatten, hatten ausnahmslos nur ein verachtendes Adselzucken dafür übrig.

«Ein banaler Stunt ... und da m i t glaubt er, auf die Titelseite gelangen zu können?»

Nein, das ist nichts für die «front page». So eine, in allen Stücken vorbereitete Forschertragödie, der dann morgen das ebenfalls serienweise hergestellte happy end folgen wird, ist doch eine viel zu plumpen Angelegenheit, um einen abgebrühten amerikanischen Redakteur in die Falle zu locken.

«Nein, mein lieber Floyd Collin, dein Angriff auf die Titelseite ist abgeschlagen. Du kannst deine Höhle verlassen, bevor noch dein «Preßagent» dich zurückpfeift.»

Schon war aber ein zweites Telegramm da. Einzelheiten vom verschütteten jungen Mann, der sein Leben für die Höhlenforschung eingesetzt habe, obwohl er — ein Einheimischer — wissen müsse, was alle dort oben wissen, daß nämlich diese Sandhöhlen eine ewige Gefahr sind für die wenigen, die sich an sie heranwagen.

Jetzt wurde man aber wütend in den Redaktionen. Nicht genug, daß dieser Floyd Collins sich selbst auf die Titelseite bringen will, er versucht auch, unter dem Vorwand einer Forschertragödie Touristenpropaganda für Kentucky zu machen. Auch dieses Telegramm flog dorthin, wohin alle viel zu durchsichtigen banalen Stunts gerieten: in den Papierkorb.

Floyd Collins erwies sich aber als ein zäher Angreifer. Er ließ sich von der Attacke auf die Titelseite nicht ab. In einem dritten Telegramme berichteten die lokalen Journalisten, die herangezogen waren, bereits von den ersten fachmännischen Auffassungen bezüglich des Schicksals Floyd Collins. Es konnte freilich nur von Ortsgrößen die Rede sein, von den ältesten Höhlenwanderern Kentuckys, oder aber von Volksschullehrern und Amateurgeologen. Was sie aber sagten, war nicht mehr ganz banal. Die Journalisten wären erstaunt über die Passivität der Ortsbevölkerung gewesen, die nichts unternahm, um Floyd Collins zu retten. Worauf die örtlichen Sachverständigen apathisch erklärt hätten: «Well, er ist unrettbar. Diese unsere Sandhöhlen sind eben verflucht tückisch, man muß mit ihnen umzugehen verstehen. Floyd Collins war noch viel zu jung.»

Weil er viel zu jung ist, muß er also sterben. Welch gewaltiger «human interest» — sagten sich die nun stutzig gewordenen Redakteure. Er wird zwar bestimmt nicht sterben, er und sein Preßagent haben das happy end bestimmt in Reserve, aber dieser Stunt ist durchaus nicht so banal, wie er auf den ersten Blick aussah. Zumal ...

...Ja, zumal ein viertes Telegramm eintraf: «Ihr Korrespondent konnte den ältesten Höhlenwanderer Kentucky dazu bewegen, sich über die Tragödie, die sich vor unseren Augen abspielt, zu äußern. Flüsternd lud er Ihren Korrespondenten ein, sich mit ihm von der Nähe der Katastrophe zu entfernen, denn, wie er mit offenkundiger, wenn auch verdrängter Rührung sagte: «Das Schrecklichste ist, daß er dieses ganze Gejammer mitanhört. Aus meinem Munde zumindest soll er sein Todesurteil nicht vernehmen.»

Nun kam Bewegung in die Redaktionen. Nun wurde es ganz gleichgültig, ob es sich um einen Reklamerick oder um eine echte Tragödie handelte. Telegramme gingen an die Reporter ab, die am schnellsten zum Unglücksort gelangen konnten. Die Weisungen lauteten fast ausnahmslos dahin, sie sollten doch versuchen, mit dem jungen Mann, der sich für die Wissenschaft lebend begabt ließ, zu sprechen ...

Die ersten Telegramme wurden aus dem Papierkorb, der glücklicherweise noch nicht geleert war, wieder herausgefischt. Der ganze Fall kam auf die Titelseite. In den Ueberschriften war das jugendlich Draufgängerische des Höhlenforschers hervorgehoben, ganz gewaltige Buchstaben schrien in die Welt hinaus das Tragische im Schicksal des Gefangenen der Sandmassen, der alles weiß, alles hört und auf alles gefaßt ist ...

Stunt? Reklametrick? Mag sein; dann aber Hut ab vor dem Preßagent, der die Sache gemanaged hat. Seine Aufgabe ist, die Titelseite im Sturm zu nehmen, sich dem Redakteur aufzuwuzzen, eine «Nachricht» zu fabrizieren, die der Redakteur bringen muß, selbst, wenn er von deren Herkunft genau unterrichtet ist. Die «Chicago Daily News» mußte die Tragödie Floyd Collins auf der Titelseite bringen, aus der richtigen Überlegung, daß die «Chicago Tribune» sie auf der Titelseite bringen wird, aus der begründeten Angst, «Chicago Daily News» werde es nicht unterlassen, eine solche Gelegenheit, ihren Millionen Lesern Tränen aus den Augen zu pressen, intensiv auszunützen ...

An diesem Tage war auf der Titelseite der amerikanischen Tageszeitungen weder für Coolidge noch für Mary Pickford, nicht einmal für den Alkoholschmuggel, Raum. Die ersten Telegramme wurden mit fetten Lettern gedruckt. Der allererste kurze Bericht bekam die Überschrift «Bulletin». Solche Auszeichnung wird nur den allerwichtigsten Nachrichten zuteil. Die lakonischen Meldungen von der Versenkung der «Lusitania», von der Kriegserklärung an Deutschland, von der Hinrichtung der Zarenfamilie, vom Abschluß des Waffenstillstandes im Weltkrieg, von der Wahl Roosevelts und vom Attentat auf Doumer waren «Bulletins».

Dem «Bulletin» und den Telegrammen über Floyd Collins folgten die Sonderberichte, eine Biographie des Helden, sein Porträt, die Interviews mit den Sachverständigen, Fotos von Sandhöhlen in Kentucky und Familienmitgliedern, soweit sie aufzutreiben waren.

Als diese in der Geschichte der amerikanischen Tagespresse unvergessliche Titelseite fertig war, kam die Rede noch einmal darauf, wer diesen fabelhaften Stunt gemanaged habe. Daß ein Preßagent dahintersteckte, stand auch für den letzten Zeitungsungen außer jedem Zweifel. Nach ruhiger Überlegung konnte man nur einen Namen in Betracht ziehen: der Streich könnte einzigt und allein von Harry Reidenhach, dem größten Presseagenten, dem größten Stuntfabrikanten aller Zeiten sein.

«Ich wette, der Bursche liegt dort, neben Floyd Collins und diktiert ihm seine tapferen Antworten» — erklärte in heller Bewunderung ein Lokalreporter der «Chicago Tribune».

Er hätte die Wette verloren. Floyd Collins, das Opfer einer echten Tragödie, lag allein, unter echten, mörderischen Sandmassen. Er lag dort Tage hindurch, sprach mit seinem Vater, der die Agonie seines Sohnes miterlebte, machte ein in der modernen Geschichte beispielloses Martyrium durch, bis ein ganz anderes happy end kam, als jenes, das sich die abgebrühten Chicagoer und New Yorker Reporter vorstellen: Der Tod, der fast eine Woche auf sich warten ließ, erlöste den Gemarterten von den physischen und seelischen Qualen. Er starb unter der Sanddecke, ohne vermutlich je von irgendinem Preßagenten und seinen Stunts gehört zu haben ...

### Stunt, Pressestunt und seine Strategen

Die Tragödie Floyd Collins war kein Stunt, aber sie zeigt uns, was ein Stunt ist: ein interessantes Ereignis, das nicht, wie die üblichen Ereignisse, auf natürlichem Wege geschehen ist, sondern plämmäßig herbeigeführt wurde, mit der Absicht, aus dem zu erweckenden Interesse den nämlichen Nutzen zu ziehen, den man vom gleichen, aber auf natürlichem Wege geschehenen Ereignis fühlig erwarten könnte.

Die «Stuntindustrie» ist also nicht auf das Zeitungswesen beschränkt. Im Gegensatz zur allgemeinen Auffassung begann die Stuntfabrikation sogar außerhalb der Sphären der Presse. Und in keiner seiner Formen ist der Stunt eine amerikanische Erfindung, seine Quellen liegen viel tiefer, als im rein Geschäftlichen. Das Kind, das sich von den Erwachsenen vernachlässigt fühlt, wird versuchen, mit Hilfe irgendeines «Stunts» die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken, die Jagd des Dandy nach Auffälligkeit ist eine unendliche Kette von Stunts. Bei den Politikern und Bühnenkünstlern liegt der Stunt sogar auf der Linie ihrer materiellen Interessen, die es verlangen, daß von ihnen unaufhörlich gesprochen werden soll.

Auch der eigentliche Pressestunt, diese bewußte Herbeiführung von Sensationen, mit dem Ziele, sie als unentgeltliche Reklame in die Zeitung zu bringen, ist nicht in Amerika erfunden worden. Daß aber der spezifische Pressestunt gerade in Amerika eine besondere Bedeutung gewann, ist den ungeheuren Preisen, die man dort für Zeitungsklischee zahlt, zu verdanken. Eine Seite Reklame in der Wochenschrift «Saturday Evening Post» kostet 15 000 Dollar. Anstrengungen lohnen sich also, wenn man dadurch die Bezahlung solcher Rechnungen vermeiden kann, und es lohnt sich, Leute reichlich zu bezahlen, die es verstehen, die Titelseite für ihre Auftraggeber durch die von ihnen erfundenen Stunts zu erobern, da ja soviel Geld gar nicht existiert, um einen großen Zeitungsvorstand dazu bewegen zu können, einen Text auf der Titelseite zu veröffentlichen, von dem es offenbar ist, daß er bezahlte Reklame darstellt!

In Falle der echten Tragödie Floyd Collins zeigte es sich ja, wie groß in den amerikanischen Redaktionen das Misstrauen gegenüber jenen Nachrichten ist, die reklameverdächtig sind. Eine wahre Stunt-Psychose herrscht dort. Besondere Fähigkeiten sind also nötig, um Stunts zu erfinden, die trotz alledem ihren Weg in die Presse finden.

Der Kunst, die Titelseite zu erobern, widmen sich gewisse Männer — und neuerdings auch Frauen — berufsmäßig. Sie heißen — in England und Amerika — Preßagents. Das Wort könnte ins Deutsche mit «Presseagenten» nur unter Vorbehalten übersetzt werden. Genau wie wir für «stunt» keine Übersetzung haben und

(Fortsetzung Seite 1453)



Jch weiß warum

Körperpflege bei mir an erster Stelle steht.  
Weil heute nur dem gepflegten Menschen Erfolg  
beschrieben ist. Selbstverständlich verwende ich

# Vasenol

KÖRPER - PU DER

ERHÄLTLICH IN ALLEN EINSCHLÄGIGEN GESCHÄFTEN  
GENERALDEPOT: DOETSCH, GRETER & CIE. A.-G., BASEL.



ALTHAUS

Der eini

macht de  
ander a  
drum sött  
der Würt  
die ächti  
**Brissago**  
nie usga la.

★ FABBRICA TABACCHI ★  
BRISSAGO

s'blaue Bändli zeigt ob ächt  
drum nimm die rächt: „d'Blauband“



## Rasche Hilfe

bei Rheuma      Hexenschuß  
Gicht            Erkältungs-  
Ischias          Krankheiten  
Nerven- u. Kopfschmerzen bringt

**Togal**

Schmerzen zu ertragen ist heute nicht mehr nötig. Warum machen Sie sich nicht die Errungenheiten der Wissenschaft zunutze, wie Millionen andere es tun? Kennen Sie nicht Togal? Es kostet nur Fr. 1.60 und ist in allen Apotheken erhältlich. Haben Sie Vertrauen! Togal wird auch Ihnen helfen, wenn nicht, dann geben wir Ihnen Ihr Geld zurück. Das Präparat verfügt über

### 6000 schriftliche Aerztekundlungen.

Wenn Tausende von Aerzten dieses Mittel verordnen, können auch Sie es vertrauensvoll kaufen. Schädigen Sie sich nicht durch minderwertige Präparate, für die Gesundheit ist das Beste gerade recht.

Togal ist ein Schweizer Erzeugnis

**Preis Fr. 1.60**

für eine  $\frac{1}{3}$  Packung \* 1 große  
( $\frac{1}{1}$ ) Packung Fr. 4.—. Ersparnis  
beim Kauf einer großen Pak-  
kung Fr. —.80.

Togalwerk Zürich 6



**Zähne wie Perlen**

dank regelmässiger Pflege mit Trybol Zahnpasta, die nicht nur putzt und bleicht, sondern im Mund aktiven Sauerstoff entwickelt und so die rei-nigende Wirkung noch verstärkt. Trybol Gurgelwasser, aus heilkräf-tigen Pflanzen unserer Alpen, stärkt die Mund- und Rachenschleimhäute und beugt dadurch Erkältungskrank-heiten vor. Dazu die langanhaltende Erfrischung des Atems.

**Trybol**

Zahnpasta Fr. 1.20  
Mundwasser Fr. 2.50

25 T

**WOLY-CAOUTCHOUC**  
für schwarze und farbige,  
gerippte und glatte  
**Gummischuhe**

Bildetauf dem Gummi eine elastische, nicht klebrige Glanzschicht. **WOLY-Caoutchouc** glänzt von selbst und soll nicht poliert werden. Das Präparat löst auch sämtliche Flecken auf und schützt den Caoutchouc vor dem Brüchigwerden.

Erhältlich in Schuh- und Lederhandlungen

**Woly CAOUTCHOUC**  
für  
Gummischuhe  
pour Snow-boots  
Reinigt konserviert u. glänzt.  
Nettoje. conserve et polit.  
A. SUTTER. OBERHOFEN/THU  
T

**Die Vollkommenheit**  
der **FREY**-Kleidung liegt in der erstklassigen Stoffqualität und einer einwandfreien Schweizer-arbeit. Die so vorteilhaften Preise sind begründet durch unsern direkten Verkauf.

Wintermäntel: Fr. 47.— 57.—  
64.— 84.— 96.— 105.— 125.—

**Frey**

Verkaufs - Filialen:  
Basel - Bern - Zürich - Winterthur - St. Gallen - Schaffhausen - Luzern - Aarau - Olten - Solothurn - Biel - Thun - Chur - Zug - Burgdorf - Ror-schach - Fribourg - Chaux-de-Fonds - Neuchâtel - Lausanne - Genève

auch keine brauchen, so empfiehlt es sich auch, es beim amerikanisch-englischen «Pressagent» bewenden zu lassen.

### Einige berühmte Meister des Stunts

Vor einigen Jahren fand jenes berühmte Bankett amerikanischer Reklamefachleute statt, auf dem der Präsident des Verbandes den Stammbaum des Berufes bis auf — Moses zurückführte. In seinem Toast sprach er voll stolzer Begeisterung vom Propheten, der die Juden aus Aegypten führte. «Der flammende Dornbusch war und bleibt der genialste Reklamestunt aller Zeiten» — rief er unter der freudigen Zustimmung der zweitausend Teilnehmer am Monsterbankett...

Wir wollen das alte Testament nicht in die Debatte ziehen, auch nicht Nero, der verdächtigt werden könnte, Rom in Dienst einer besonderen Art von Lichtreklame angesteckt zu haben.

Der Stunt in seiner allgemeinen, primitiven Form, als bloßer Ausdruck der Sucht, aufzufallen, ist eine verhältnismäßig moderne Erscheinung, die mit dem Aufkommen der Demokratie zusammenfällt. Wenn man von den Massen abhängt, muß man die Aufmerksamkeit der Massen auf sich zu lenken wissen. Die französischen Romantiker verstanden diese Kunst wie kaum jemand vor und nach ihnen. «Epater le bourgeois!» — Der Bürger soll sich wundern! — war ihre Parole, und sie gingen mit den verschwendetesten Stunts an die Arbeit. Balzac, der nichts weniger war als ein Mönch, trug eine Kapuzinerkutte, George Sand steckte schon vor hundert Jahren dicke Zigarren an, und sorgte dafür, daß die Bürger nicht aufhörten, von ihren Liebesabenteuern zu sprechen. Ein direkter Abkömmling der Romantiker ist in dieser Hinsicht der italienische Dichter d'Annunzio, der in seinem Drang, den Bourgeois in Erstaunen zu versetzen, keine wie immer geartete Rücksicht nahm. Indem er seine intimsten Liebeserlebnisse zum Sujet eines Romanes wählte, brachte er Verzweiflung ins Herz der Frau, die er vorher schon ins Unglück gestoßen hatte. Seine politische Rolle, sein Kampf um Fiume, seine Kriegsgedichte und Luftflüge, sein phantastisches Schloß mit dem Kriegsschiff im Schlösspark, der Kanone vor dem Tor, — das alles kommt aus ein und derselben Quelle. Stunt, und immer wieder Stunt ... Der Bürger soll sich wundern — bloß existiert dieser Typus des Bürgers, den d'Annunzio im Auge hat, nicht mehr; darum erscheint d'Annunzio nur noch wie ein gealterter Clown ...

Unerreichte Meisterin des Stunts war Sarah Bernhard. Sie hatte keinen Pressagent, nicht einmal einen Sekretär

für ihre Reklameinteressen. Sie machte alles allein. Schon der Name «die göttliche Sarah» war ein Meisterwerk, das sie in Millionen Exemplaren in die Welt geschleudert hat. Sie war eine exzentrische Natur, geladen mit immenser Dynamik. Sie hat aber diese Kräfte zielbewußt in Bahnen gelenkt, in denen sie ihr von Nutzen wurden. Keiner Tag ließ sie vergehen, ohne daß Paris und möglichst die ganze Welt mit einer neuen Sensation überrascht worden wäre. Das eine Mal lud sie in ihre Zimmer ein, deren Wände zu dieser Gelegenheit mit Skeletten ausgelegt waren. Auch mußte die weiteste Öffentlichkeit — durch «Geheimaufnahmen» — erfahren, daß sie eine ihrer Rollen in einem eigens zu diesem Zweck hergestellten, mit weißem Satin gefütterten Sarg einstudierte. Welcher Redakteur hätte nicht mit beiden Händen nach einer solchen «Geheimaufnahme» geschriften? Auch die Geschichten von den wilden Tieren und Alligatoren, die sie zu ihren Schoßhündchen ernannnte, kamen unfehlbar in die Presse. Drohte der Mensch-



George Sand

die französische Schriftstellerin, kommt in die Witzeblätter! Sie hat erreicht, was sie wollte: daß die Öffentlichkeit sich mit ihr beschäftigte. Sie rauchte so lange und dicke Zigarren, daß die Karikaturisten auf sie aufmerksam wurden und den Unfug zum Gegenstand ihrer Karikaturen machten. Man sprach daher zu jener Zeit mehr und öfter von ihr, als wenn sie «bloß» gute Bücher geschrieben hätte!

### Eine «klassische» Stunt-Photographie

Als Henry Ford seinen millionsten Wagen ausstellte, unternahm er persönlich eine Fahrt in seinem angeblich ersten Wagen. Solch ein Bild mußten natürlich die Zeitungen und Zeitschriften bringen, und es wurden dann auch große Honorare dafür bezahlt, obschon die Publikation für Ford eine eindeutige Reklame bedeutete.



### ODO·RO·NO ist jederzeit eine Notwendigkeit

Nicht nur im Sommer, nein, auch im Winter besteht die Gefahr der Transpiration. Denken Sie an gesellschaftliche Anlässe, überheizte Räume! Wenn sich auch in den Achselhöhlen keine Feuchtigkeit bemerkbar macht, ist der Geruch der Transpiration doch immer vorhanden. Odorono ist ein sicherer und wirksamer Schutz gegen unangenehme Ausdünstung, wie gegen das Verderben der Kleider.

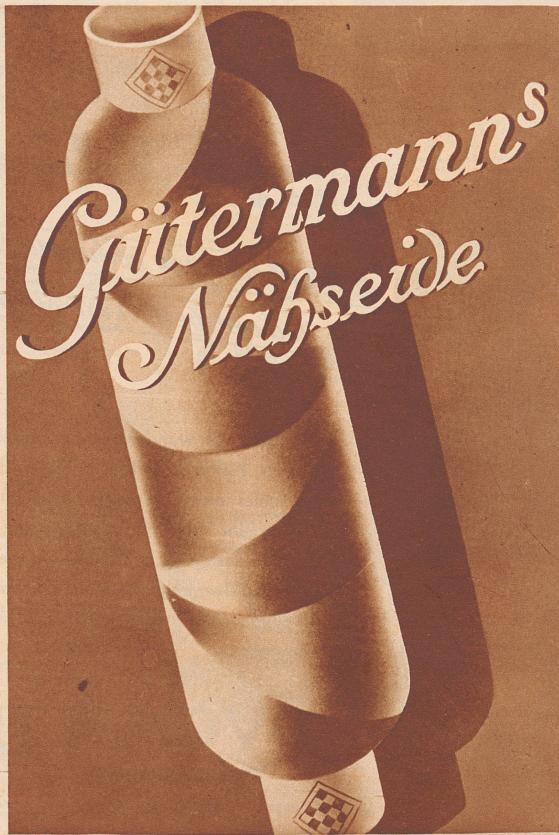
Für längere Wirkung verwenden Sie Odorono Normal (Rubinfarben), für sofortige Wirkung wählen Sie Odorono Instant (farblos). Beide Flaschen sind mit dem prakt. Stielschwamm ausgerüstet. ODORONO „COMPACT“ bereitigt in 10 Sekunden die Ausdünstung der Achselhöhlen und verhindert deren Transpiration während mehreren Stunden. Angenehm in der Anwendung — absolut unschädlich — ohne Reizwirkung — äußerst wirksam.

Senden Sie 20 Cts. in Briefmarken mit untenstehendem Kupon an Herrn Paul Müller, Sumiswald und Sie erhalten ein Muster von Odorono normalstark od. Instant. (Gewünschtes unterstr.)

Herrn Paul Müller, Sumiswald	Z 2
Name: _____	
Straße: _____	
In: _____	
NORMAL      INSTANT      Gewünschtes bitte unterstreichen.	



Oberall erhältlich. Preise: Odorono Normal oder Instant Fr. 2.25 und 3.50  
Odorono Compact . . . Fr. 2.50



heit, an einem Tage ohne Kunde von ihr zu bleiben, gab es glücklicherweise einen Originalartikel von ihr im «Figaro». Wenn alles versiegte, dann reichte sie ihre Demission vom Theater ein, und es gab Spannung, bis dieser Schritt rückgängig gemacht war. Ein beliebter Stunt der göttlichen Sarah war, auf den Boulevards in Männerkleidung zu erscheinen, ein Unfug, der damals in Frankreich noch streng verboten war. Die «göttliche Marlene» hat es — heute — leichter... Erstens, weil sie die Idee von der göttlichen Sarah fertig geliefert bekam, zweitens, weil sie selbst die mäßige geistige Anstrengung, die Idee zu kopieren, nicht machen muß, denn dies besorgt ihr gutbezahlter Präsentator für sie. Drittens, weil die fran-

zösischen Behörden aus dem für Frauen immer noch bestehenden Verbot, Männerkleider zu tragen, sich nichts mehr machen.

Den Stunt in den Dienst der sozialen Hilfsstätigkeit gestellt hat in großem Stile William Booth, der Gründer der Heilsarmee. Wir alle kennen die Werbemethoden der Heilsarmee, die seither in weitestem Maße kopiert worden sind. Was uns heute als natürlich erscheint, war aber in den ersten Jahren und Jahrzehnten der Heilsarmee dem Spott und Haß ausgeliefert. Das Genie des «Generals» ließ sich jedoch durch nichts abschrecken — er beutete seine musikalischen und sonstigen Stunts folgerichtig aus.

Henry Ford, Schöpfer des Volksautos, mußte naturgemäß Anbeiter des Stunts werden. Ein Tag, an dem über ihn nicht gesprochen wird, ist für ihn ein verlorener Tag. Es gab eine Zeit, da die Zeitungen sehr oft abfällige Witze über seine Wagen veröffentlichten. «Tut nichts — sagte Ford, wie einst Sarah Bernhard — Hauptsache ist, daß man vom Wagen spricht.» Er wurde beschuldigt, im Jahre 1916 das berühmte Friedensschiff, mit dem er nach Europa kam, aus Reklamezwecken ausgerüstet zu haben. Gegen diesen Verdacht protestierte er, sonst aber gibt er gerne zu, daß der Stunt für ihn eine zweite Religion ist, deren Pflege bei ihm einem ganzen Stab von Präsentatoren anvertraut ist.

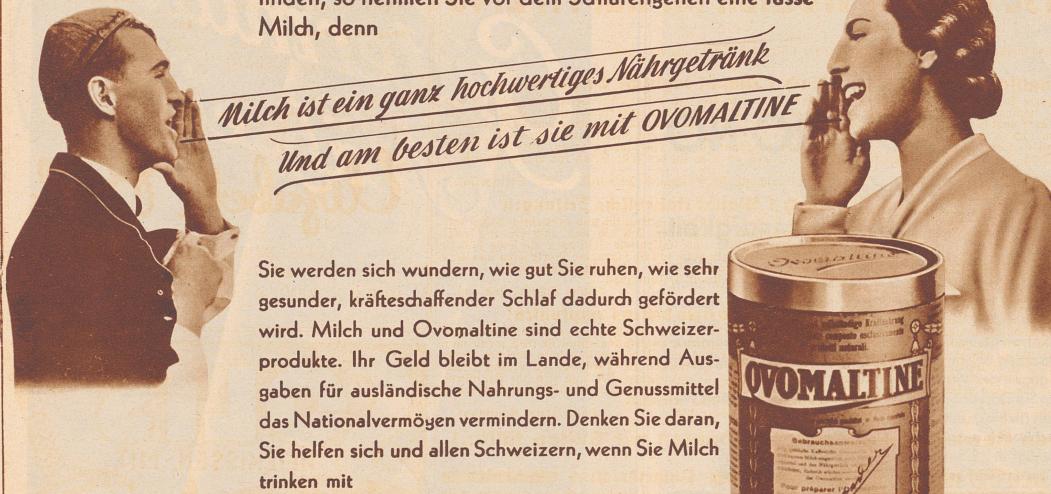


## Trinkt abends Milch

Wir Schweizer haben gute, frische, gehaltvolle Milch in so reichem Masse, dass wir sie gar nicht nach Verdienst schätzen. Wer sie einmal in fernen Ländern lange entbehren musste, der hält sie höher als die raffinertesten Genussmittel.

Wenn Sie zu den Leuten gehören, die schwer den Schlaf finden, so nehmen Sie vor dem Schlafengehen eine Tasse Milch, denn

*Milch ist ein ganz hochwertiges Nährgetränk  
Und am besten ist sie mit OVOMALTINE*



Sie werden sich wundern, wie gut Sie ruhen, wie sehr gesunder, kräfteschaffender Schlaf dadurch gefördert wird. Milch und Ovomaltine sind echte Schweizerprodukte. Ihr Geld bleibt im Lande, während Ausgaben für ausländische Nahrungs- und Genussmittel das Nationalvermögen vermindern. Denken Sie daran, Sie helfen sich und allen Schweizern, wenn Sie Milch trinken mit

## OVOMALTINE

Ovomaltine ist in Büchsen zu Fr. 2.- und Fr. 3.60 überall erhältlich

DR. A. WANDER A-G., BERN



A 300



im MOMENT schmerzfrei!

Sie brauchen nur ein Scholl's Zino-Pad aufzulegen und der Schmerz ist besiegt. Auch in Größen für Ballen, Hornhaut und weiche Hühneraugen zwischen den Zehen hergestellt. Fr. 1.50 per Schachtel.  
IN ALLEN APOTHEKEN UND DROGERIEN ERHÄLTLICH.

**Scholl's  
Zino-pads**

Leg's drauf - der Schmerz hört auf

Zum Tee

**Schnebli**

Petit-Beurre



dann sind Sie gut bedient.  
In allen besseren Geschäften der Lebensmittelbranche erhältlich.



**olivetti**

die moderne / rassige  
klein-schreibmaschine

schon von Fr. 275.- an  
occasions - miete  
tausch - abzahlung

bahnhofplatz 7 · zürich

