

Der Witz in der Reklame!

Autor(en): **Bieri, Friedrich**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Die Berner Woche in Wort und Bild : ein Blatt für heimatliche Art und Kunst**

Band (Jahr): **25 (1935)**

Heft 36

PDF erstellt am: **26.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-646653>

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.

zu Geschlecht bis hin zu uns übergang. Ein bieliſch Schalkwort löst oft einen verteuſelt tüdiſch geflochtenen Knoten. Es iſt nicht von ungefähr, daß der Not der letzten Jahre der Bieler mannhaft gegenüberſtand. Leichtſer Sinn iſt etwas anderes als Leichtſinn! Dieſes Wiſſen iſt die Brücke zur Erkenntnis der Bieler Art. Wenn Menſchen froh und lachend über ihrem „Seewy“ ſitzen, dann haben ſie meiſt köſtliche Reſpektloſigkeit dem Augenblick gegenüber. Aber ſchon der alte Molz muß dieſes Eigene erfahren haben, ſonſt hätte er nicht das Hochlied von anno 1833 alſo begonnen:

„Kennisch du die Stadt u jeni Burgerschaft,
Wie d's Byſewetter volle Mueth u Chraft?
So, dengget doch! wo d'Bube-n-i der Waagle
Scho Siebedäker ſy u Saggerhagle!
Bi'r Chalberweid wachſt gar e chäcke Wu,
Dä ſell d'r Grund vo dem Gurachi ſy.“

In Biel weiß man die Lehre mancher Vergangenheit, und da vertut keiner leicht die Kräfte, da verſteigert auch niemand leicht die Idee bis zum Extrem — und doch wird Biel und der Bieler von vielen andern ſo von oben angeguckt, vielleicht noch achſelzuckend — aber was wiegt das vor dem Zeugnis all deſſen, was aus dem Geiſte ſolchen Bürgertums gewachſen iſt! Nie werden einzelne, nie wird ein Stand allein, nie wird ein Gewerbe für ſich eine Stadt allein groß machen und bedeutsam. Das Handwerk und der Handel, Arbeiter und Patron, Künſtler und Induſtrieller, alle miteinander dienen in Biel der Idee dieſer Stadt. Und Biel hat als Metropole des Jura tatſächlich eine große Idee. Sie heißt Vermittlung, ſie beſteht im Brüdenschlagen. Zwiſchen deutſch und weſch, zwiſchen den Ständen, zwiſchen den Anſchauungen!

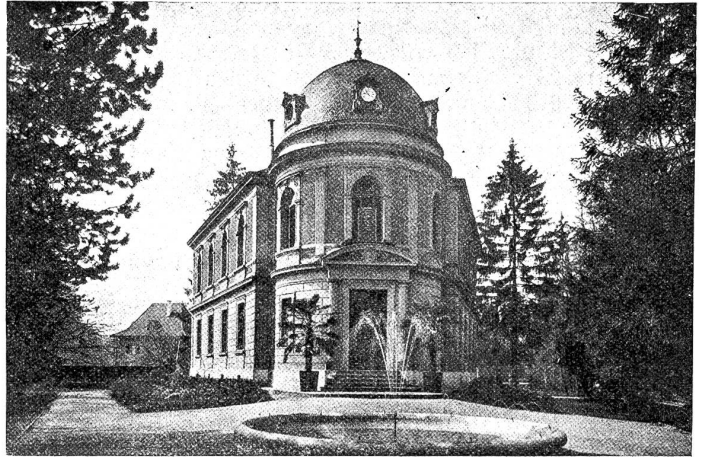
Ja köſtlich iſt die Vielfältigkeit dieſer Stadt, köſtlich iſt auch, ihren Menſchen zu belauſchen, der ſich gern ungeziert gibt! Das Herz iſt ehrlich, und es ſchadet wirklich nichts, wenn er in der Zeit, da alles ſpekuliert und nur rechnet und kummert, es auch einmal auf der Zunge trägt.
W. S ch w e i z e r.

Der Witz in der Reklame!

Eine kleine Betrachtung über alte und moderne Reklame, von Friedrich Bieri.

In allen Ecken und Enden wird heutzutage die Lärmtrummel der Reklame in allen Tonarten gerührt: hier diſkret und halb und halb im Verborgenen; dort lärmend und jahrmartmäſig — überall Reklame! Es ließen ſich Geſchichten und Theaterſtücke über das offene und geheime Treiben und Wirken dieſer Großmacht ſchreiben, und es wäre eine intereſſante Aufgabe für Kulturhiſtoriker, ihre Entwicklung und ihr Weſen zu ergründen! — „Ein Reklameheld!“ — Dies iſt leicht geſagt, aber die Kunſt, mit Geſchick und Berechnung Tam-Tam zu ſchlagen, will gelernt, vielmehr angeboren ſein. Es gibt auch ungeſchickte Teufel, die ſich in die Karten ſehen laſſen und den doppelten Boden ihres Apparates den Blicken der Leute preisgeben — ſolche Pfüſcher fallen der Lächerlichkeit anheim; das liebe Publikum verzeiht viel eher eine Reklame, die den Stempel der luftigen Uebertreibung an der Stirne trägt, als eine biedermänniſchen Ernſt heuchelnde, durchſichtige Reklamelüge!

Der Herausgeber eines bekannten Wiſchblattes, welcher öffentlich anzeigte, daß ſein Blatt diesmal nicht ſauber gedruckt ſei wie ſonſt, weil ſich beim Druck die Walzen der Maſchine vor Lachen gekrümmt hätten, als die Papiermaſſen der neudeſten Nummer durchliefen, beſitzt einen Humor, der einen Wiſchblattredaktor empfindet, und die Erzählung, es ſei in der Stadt B. ein Mann aus dem Fenſter des vierten Stockwerkes geſtürzt, mit den Füßen auf dem Pflaſter an-



Das Museum Schwab im Pasquart in Biel.

gekommen und ſofort wieder in die Höhe geſchnellt, ohne den mindesten Schaden davonzutragen, weil er „Weber's Patentgummischuhe“ an den Füßen hatte, wird von jedermann als eine liebenswürdige Münchhausiade aufgefaßt werden, welche zumindereſtens die Firma der Gummwarenfabrik in Erinnerung bringt!

Denſelben — beſonders den Amerikanern ſehr ſympathiſchen Stil beweist die folgende Annonce, welche in New Yorker Blättern ſtets aufzutauſchen pflegt, wenn die „Kamelindame“ aufgeführt worden iſt. „Alle dieſenigen“, ſo heißt es dann, „welche Zeugen des ſchweren Leidens und bejammernswerten Siechtums der unglücklichen Marguerite Gautier waren, mögen bedenken, daß ihr dieſes Geſchick erſpart geblieben wäre, wenn ſie rechtzeitig einen Verſuch mit „Sunny's Bruſttee“ unternommen hätte uſw.“

Wir beſitzen aber auch in ſchweizeriſchen Blättern ähnliche Formen der wiſigen illuſtrierten Reklame, wie z. B. die bekannten Zwiegeſpräche und luſtigen Verſe des „Lebewohl“-Sühneraugenpflaſterfabrikanten!

Ein berniſcher Zahnarzt ließ vor einiger Zeit folgende Geſchichtchen verbreiten:

Eine junge Bernerin, die durch einen Unfall ſämtliche Vorderzähne verloren hatte, ließ ſich beim Dentiften ein künstliches Gebiß anfertigen. Und ſiehe da: daſſelbe verſchönte das junge Mädchen in ſo hohem Grade, daß der Zahnarzt, von dem Reiz dieſer Perlenzähne gefangen genommen (!), ſich ſterblich in ſeine Klientin verliebte! Ein paar Wochen ſpäter will er ſie gar heimgeführt haben!

Überall, wohin wir bliken: Reklame! Einmal gibt ſie ſich liebenswürdig, weltmänniſch und launig; das andere Mal iſt ſie plump, widerlich oder aufdringlich.

Die ſeltſamſte Reklame erfand der früher vielberühmte Touriſt Kieſelack, der ſeinen berühmt gewordenen Namen auf die edelweißbewachſenen Felſen des Tirols, und auf die Kreidefelſen des Nordens ſchrieb; der ſein „Kieſelack“ in die Borkenhäuser Thüringens grub und an die Decke einſamer Ausſichtstürme malte, damit — ja wozu? Er betrieb die Reklame aus Paſſion. — Auch auf einem kleinen Pförtchen, welches zu Schönbrunn bei Wien aus dem Privatgarten des Kaiſers nach dem Parke führte, ſtand eines Tages groß und breit der Name des bekanntesten Touriſten. Der Kaiſer — Joſeph II. — intereſſierte ſich für den Träger dieſes populären Namens; er wurde aſſindig gemacht und zur Privataudienz befohlen. „Ich kann Ihnen die Gewohnheit, Ihren Namen überall hinzuschreiben, nicht verwehren, aber ich nehme es Ihnen übel, daß Sie auch mein Privateigentum nicht verſchonem; ich habe es wohl gemerkt, daß Sie ſich auf meiner Gartentür verewigt haben“, ſagte Joſeph II.“ Kieſelack ſtand zerknirſcht am Tiſche, während der

Monarch im Audienzsaal seiner Sommerresidenz auf und ab schritt. Er ließ sich von dem bestürzten und doch wieder freudig bewegten Kieselad über dessen zumeist zu Fuß unternommenen Reisen unterrichten und entließ ihn endlich huldvoll, indem er ihm nochmals herzlich einschärfte, künftig das kaiserliche Privateigentum zu respektieren. Der Sonderling versicherte feierlich, daß er den Befehl zu achten wissen werde und empfahl sich. Kaum aber war er fort, da trat der Kaiser an den Tisch — auf der weißen Marmorplatte stand in zierlichen Zügen das Wort — „Kieselad!“ ...

Der Bergsturz an der Altels vor 40 Jahren.

Das Talboden von Randersteg wird durch das Gellihorn abgeschlossen, das einer Sphinx vergleichbar ist. Dahinter ist eines der merkwürdigsten, wildesten und unheimlichsten Täler des Berner Oberlandes, das Vortal zur Gemmi mit der Spitalmatte, die vor genau 40 Jahren, am 11. September 1895, von einer fürchterlichen Katastrophe heimgesucht wurde, einem schrecklichen Bruch des Altelsgletschers. Es war nur eine Wiederholung eines ähnlichen Unglücks am 17. August 1782. Daß hier übrigens noch andere Bergstürze niedergingen, weiß jeder Gemmiwanderer. Heute ist die einst blühende, prächtige Walliser Alp, die weite Spitalmatte, ein großes Trümmerfeld. Wer die 35 Spitzkehren hinter dem „Bären“ von Randersteg am Postament des Gellihorns überwunden und damit 800 Meter Höhendifferenz hinter sich gebracht hat und nun in einsamem Hochtal dem alten Bergwirthshaus Schwarzenbach zuwandert, findet am Wege einen gewaltigen Felsblock mit folgender schlichten Gedenktafel:

Zum Andenken

an die am 11. September 1895
durch den Altels-Gletscherbruch verunglückten
Walliser

Joseph Roten, Vizepräsident vom Leukerbad,
Hyacinth Tschopp,
Alons Grächting,
Kaspar Jeger von Turtmann,
Alons Roth von Steg,
Paul Brenner von Steg.

Barmherziger Jesus, gib ihnen die ewige Ruh.
R. I. P.

Das Unglück erfolgte in der Nacht zum 11. September 1895, wenige Stunden vor der Alpenladung. Drei Stunden später wären die sechs Walliser Hirten mit ihren 165 Stück Vieh unterwegs zum Schwarzenbach und zur Gemmi gewesen und die Katastrophe hätte wenigstens keine Menschenopfer gefordert. So aber wurde die weite, blühende Alp samt der Alphütte und dem Vieh tief unter den Eis- und Gesteinsmassen begraben. Der Donner des Sturzes war weit im Tale unten noch hörbar, jagte vor allem den Insassen des Bergwirthshauses Schwarzenbach Schrecken ein. Vier Waldarbeiter, die hier nächtigten, brachen sofort zum Arvenwald an der Spitalmatte auf, kehrten aber mit der Schreckensmeldung zurück, die ganze Alp und ein Stück des Waldes seien von einem Bergsturz zerstört, ein Vordringen nicht möglich. Die Wirthsleute sandten einen Knecht zum Gemmihotel, damit er von hier aus die Schreckensnachricht nach Leukerbad telephonieren könne. Ein anderer Knecht mußte nach Randersteg gehen, um Hilfe zu holen. Er hatte einen schrecklichen Weg über den Trümmerhaufen zurückzulegen, stets in der Gefahr, von einem neuen Gletscher-

bruch erreicht zu werden. Ganz aufgeregt, in fürchterlicher Verfassung, soll er in Randersteg angelangt sein. Eine Hilfe war leider umsonst. Hütte, Menschen und Vieh lagen zu tief verschüttet, als daß noch einige Hoffnung auf Rettung bestanden hätte.

Von einer eigenartigen Rettung wird erzählt. Der Wirt Bohnn vom Schwarzenbach beschäftigte um diese Zeit in der ihm gehörigen Alphütte einige Bauarbeiter. Diese kamen am 10. September 1895 abends ins Schwarzenbach-Wirthshaus und erklärten, sie hätte beschloffen, einen vergnügten Abend zu verbringen, am Morgen gingen sie wieder zur Arbeit. Das war ihre Rettung. Denn auch diese Hütte wurde so vollständig zerstört, daß die sieben Arbeiter, die da beschäftigt waren, unbedingt ebenfalls getötet worden wären.

Heute nehmen Alpenrosensträucher, Gebüsch, einige Bäume dem Trümmerfeld das Düstere und Unheimliche. Noch aber liegen als Zeugen große Felsblöcke herum. Auch die Gegend von der Spitalmatte bis zum Schwarzenbach erhält ihre wilde Eigenart durch gewaltige Bergsturztrümmer, die streckenweise das ganze Tal aufgefüllt haben und beim Bergwirthshaus eigentliche Trümmerhügel formten. Die Hauptmasse dieser Abstürze scheint vom Rinderhorn niedergestürzt zu sein und zwar nach der Ansicht der Geologen nach der letzten Eiszeit. Man stützt sich dabei auf die Erwägung, daß der Gletscher die Trümmer, wären sie früher niedergegangen, weggetragen und gestoßen hätte. Die Richtigkeit dieser These sieht man weiter oben am Daubensee, wo der Talboden durch die Gletscherschliffe eigentlich ausgehobelt wurde. Diese Gletscherschliffe wurden weiter unten durch die Bergstürze zugedeckt.

Die Gemmi war schon zur Bronzezeit ein beliebter Bergübergang. Daß er im Mittelalter große Bedeutung hatte, geht schon daraus hervor, daß ihn die älteste Schweizerkarte von Konrad Türst erwähnt. Auch Megidius Tschudi zeichnete die Gemmi 1538 in seiner Karte ein. Bern und Wallis ließen von 1739—41 den Weg verbessern. Im 17. Jahrhundert ließen sich die Leuker Badegäste, so sie nicht gut zu Fuß waren, in feudalen Tragsesseln über die Gemmi tragen. Diese Tragsessel waren die Vorläufer der heutigen Gemmiwägelchen. Wir kennen eine Transportordnung für die Gemmi aus dem Jahre 1677, die kulturhistorisch recht interessant ist und darum angefügt werden darf:

1. Wenn ein Herr, oder Frau, Manns- oder Weibsperson, sich über die Gemmi in das Leukerbad begeben will, also von einem Wirthshaus zum andern will tragen lassen, und mehr als gewöhnlich schwer ist, so soll man zwölf Mann nehmen, ist sie mittelmäßig schwer, zehn Mann oder acht, ist sie aber leicht, sechs oder vier Mann. Diesen soll zur Belohnung gegeben werden 20 Baken, auch jedem seine halbe Maß Wein und für einen halben Baken Brot und ein halb Pfund Käse. Für jeden ist auch der Zoll (an der Gemmi) zu entrichten.

2. Wer sich von der Daube bis zum Bad will tragen lassen, soll sechs oder vier Mann haben, je nach Schwere, und jedem zu Lohn 10 Baken geben und ihnen einen Trunk werden lassen, Brot und Käse und den Zoll.

3. Wenn eine Person reiten will, soll sie bis an Winteregg sechs Baken zahlen, bis zum Schwarzenbach 10 Baken und bis zur Daube 15 Baken. Dazu eine halbe Maß Wein, für einen halben Baken Brot, für einen halben Baken Käse. Dasselbe soll auch bezahlt werden für eine Pferdladung an die genannten Orte.

4. So jemand sein Tuchgewand (Gepäck) will tragen lassen, so bezahlt er für die Bürde, das ist sechzig Pfund, eine halbe Bern-Krone, gibt eine halbe Maß Wein, für einen halben Baken Brot und ein halb Pfund Käse. Auch soll er den Zoll bezahlen. Ist es nur eine halbe Bürde, so ist als Lohn $\frac{1}{2}$ Gulden zu geben, der Zoll zu bezahlen, Wein und Brot in rechter Form.