

Das Gesicht unserer Zeit

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Illustration**

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

Band (Jahr): **62 (1936)**

Heft 45

PDF erstellt am: **21.05.2024**

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.



Tief oder niedrig

Lieber Spalter!

In des Spalters Spalten muss mein Sprachgefühl sich flüchten mit seinem tiefen Weh ob dem altbekannten, jetzt aber immer häufiger misshandelten Wörtlein «tief»: Bald alle Läden bieten ihre Lockvögel zu tiefen und tiefsten Tiefpreisen an, und sogar die NZZ spricht in einem Leitartikel (No. 1731) von tiefen Lebenskosten. Nun sage mir einmal, lieber Spalter, ob ich zum alten Eisen gehöre mit meiner Meinung, dass alles Tiefe sozusagen unter unserem Horizont liegen müsse, wie tiefe Löcher, tiefes Wasser, tiefes Meer, usw. Daneben kenne ich ausser meinem tiefen Weh noch tiefe Trauer und andere tiefe Gefühle. Preise hingegen konnten bisher nur hoch oder nieder, übersetzt oder mässig sein, nie aber tief... Wenn Du Dich darauf berufen solltest, dass man dieses oder jenes «tiefer hänge», so schwinde ich mich über ein tiefes Mäuerlein und freue mich drüben über jene Mitbrüder, deren niedrige Gesinnung sich in eine tiefe verwandelt hat. Ade.

Lesen Sie zu ihrem Trost Schopenhauers kleine Abhandlung «Ueber Schriftstellerei und Stil». Was dort über «die heutigen Tintenkleber und Unsinnsschmierer» gesagt wird, ist leider noch nicht veraltet — trotz der Fortschritte, die wir in der Giftgastechnik gemacht haben.

Westfäler Schinken
Qualitätsvergleiche überzeugen.
 Lachsschinken
OTTO RUFF / ZÜRICH
 WURST-UND CONSERVEN-FABRIK

Obschon wir wissen

Zu dem Artikel aus dem «Schweizer Abstinents», den wir tolerant in No. 42 nachdruckten, und dessen Hauptabschnitt lautet:

Wir sind weder kleinliche noch einseitige Fanatiker, und es ist uns noch nie eingefallen, den Inseratenteil des «Nebelspalter» unter die Lupe zu nehmen, obschon wir z. B. wissen, dass sein berühmter und älterer Kollege, die satirische englische Wochenschrift «Punch» alle Alkoholreklamen grundsätzlich ablehnt. Der «Nebelspalter» mag auch fernerhin für diverse Beizen, für Port und Sherry, für Veltlinerweine usw. Inserate publizieren; wir bewerten sie genau so wie die in seinen andern Inseraten empfohlenen Medikamente gegen Gicht, Hühneraugen und Schwächezustände. Aber gegen eine Art von Bierpropaganda müssen wir Verwahrung einlegen, und wenn sie nicht aufhört, werden wir alle gemeinnützigen Institutionen ausdrücklich darauf aufmerksam machen und Sorge tragen, dass der «Nebelspalter» in abstinenten Familien und in alkoholfreien Lokalen nicht mehr aufliegt.

... zu der Behauptung betreffend «Punch» schickt uns, ein Leser als sachlichen Beleg acht ganzseitige Schnaps-Inserate aus einer einzigen Nummer des «Punch». Leicht ironisch bemerkt er dazu:

Die Entrüstung des Limonadeaktionärs in Deiner letzten Nummer ist ganz berech-

tigt! Niemals hat der «Punch» eine Whiskyreklame gebracht! Dass dem so ist, kann ich schlagend mit einigen Blättern belegen, die ich Dir hiemit zustelle. Beweis:

1. Heisst es auf englisch nicht Reklame, sondern Advertisement.
2. Kann der Limonadeaktionär gar nicht englisch, sodass es für ihn nicht in Frage kommt, seine Behauptung zu prüfen.
3. Kann man von einem Aktionär nicht erwarten, dass er Humor habe.
4. Ist Bier kein Whisky.
5. Ist Whisky kein Bier.
6. Ist Whisky eine so alte alkoholische Brühe, dass man nicht erwarten kann, dass der Limonadenaktionär weiss, dass z. B. Johnnie Walker: «Born 1820—still going strong» ist!

Damit wäre die Entrüstung des Aktionärs restlos aufgeklärt und ich schlage vor, dass der Nebelspalter in Zukunft sich auch einen Whiskyfond anlegt, damit man gegebenen Falles Skeptiker dahin aufklären kann, dass dieses Getränk, wie der Engländer sagt, «An acquired taste» ist. Die Beilagen stammen alle aus der gleichen lustigen Weihnachtsnummer, die ich zur gelegentlichen Erheiterung aufbewahrt habe.

Mit bestem Grusse bin ich Dein Jean.

Die Preisfrage Bö's: Wie viel Bier muss einer nicht trinken, bis ...» wäre demnach dahin zu erweitern: «... bis einer z. B. weiss, dass ein berühmter und älterer Kollege, die satirische englische Wochenzeitschrift



Das Gesicht unserer Zeit
 Engländerin mit ihren Kindern an einer
 Luft- und Gasschutzvorführung
 Aus «Frauen- und Modezeitung»