

Kommunikation 2001

Autor(en): **Fröhlich, Andreas**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **127 (2001)**

Heft 5

PDF erstellt am: **30.04.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-601852>

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.

Wer Logos liebt, lernt leichter

GERD KARPE

Herr Schmalfuss, Sie und Ihre Mitarbeiter haben es sich zur Aufgabe gemacht, dem in finanzielle Engpässe geratenen Schul- und Bildungswesen aus der Klemme zu helfen. Wie soll das geschehen?»

«Das Motto lautet: Werbung gehört ins Klassenzimmer. Lernen mit Logos wird künftig zum Schulalltag gehören wie das Klingelzeichen zur Pause.»

«Sie wollen also Werbeflächen aufstellen?»

«Nein.»

«Warum nicht?»

«Weil die in ausreichender Zahl vorhanden sind. Wandtafeln, Wände, Fenster und Decken bieten sich an.»

«Die Wandtafeln werden aber doch zum Schreiben gebraucht.»

«Die halbe Fläche reicht vollkommen. Dann muss eben einmal mehr zum Schwamm gegriffen werden.»

«Für welche Produkte soll denn in der Schule
gekauft werden?»

«Für alles, was sich für Jugendliche anbietet: Getränke, Schokoriegel, Jeans, Zigaretten, Sportartikel, Gameboys, Kondome, Walkmans, Computer, CDs, Videorekorder...»

«Genug, genug, Herr Schmalfuss, bei der Unzahl von Produkten kann der Schüler ja keinen klaren Gedanken mehr fassen!»

«Keine Bange, in der Hinsicht sind Schüler ausgesprochen leistungstark. Echt geil fände ich es zum Beispiel, wenn die Decke eines Klassenzimmers voll geknallt wäre mit heisser Handy-Werbung.»

«So eine Art Bimmel-Himmel?»

«Genau. Das macht die grössten Schlafmützen munter.»

«Wo gibt es in den Schulen sonst noch geeignete Werbeflächen?»

«In den Korridoren, der Aula, der Turnhalle, den Toiletten und so weiter. Oder den-



ten Dienstdress, der von oben bis unten mit Firmenlogos bestückt ist.»

«Wie die Formel-1-Rennfahrer?»

«Genau. Die pädagogischen Spitzenverdiener werden sich zudem verpflichten, ihre Fahrzeuge ebenfalls in den Dienst der werbenden Sache zu stellen.»

«Meinen Sie nicht, Herr Schmalzfuss, dass dabei der Unterricht zu kurz kommt?»

Sister «Auf gar keinen Fall. Wer Logos liebt, lernt leichter. Ausserdem müssen Sie bedenken, dass mit der Einführung der totalen Werbung in unser Schulsystem der Bildungshorizont der Schüler durch ein neues Fach erweitert und bereichert wird.»

«Durch was für ein neues Fach?»

«Die Werbelogie.»

"KLASSENKAMPF"

ken Sie bloss an die ungenutzten oder mis-
sbrauchten Aussenwände der Gebäude.»

«Was meinen Sie mit missbraucht?»

«Nun, denken Sie doch mal an die weit verbreitete Graffiti-Unsitte. Graffiti kostet Geld, Werbung bringt Geld. Das entlastet den Steuerzahler und die Staatsfinanzen.»

«Wozu sollen die Werbeeinnahmen denn verwendet werden?»

«Zum Beispiel zur Anschaffung von Computern, Büchern und Mobiliar.»

«Und wenn die Sponsorengelder immer kräftiger sprudeln?»

«Kann an die Bezahlung der Lehrkräfte aus Werbeeinnahmen gedacht werden.»

«Was müssen die dafür tun?»

«Sie bekommen von den Firmen einen flot-

Kommunikation 2001

Meine Liebe, stark und tief,
drück' ich aus in meinem Brief,
danach hauchst du ein «amor»
via Handy mir ins Ohr.
Und dass ich dich nie vergess',
schreib' ich dann per SMS,
worauf du mir bald schon faxst,
dass du mich am besten magst.
Schliesslich kommt der Dank von
mir
durch die kleine E-mail hier.

Trotzdem wär ich dir verbunden
– sicher kannst du mich verstehen –,
dich für ein paar nette Stunden
mal in Wirklichkeit zu sehen...

Andreas Fröhlich