Mit Speck fängt man Mäuse - und wen mit Inseraten?

Autor(en): **Pfefferkorn, Philipp**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **91 (1965)**

Heft 23

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-504811

Nutzungsbedingungen

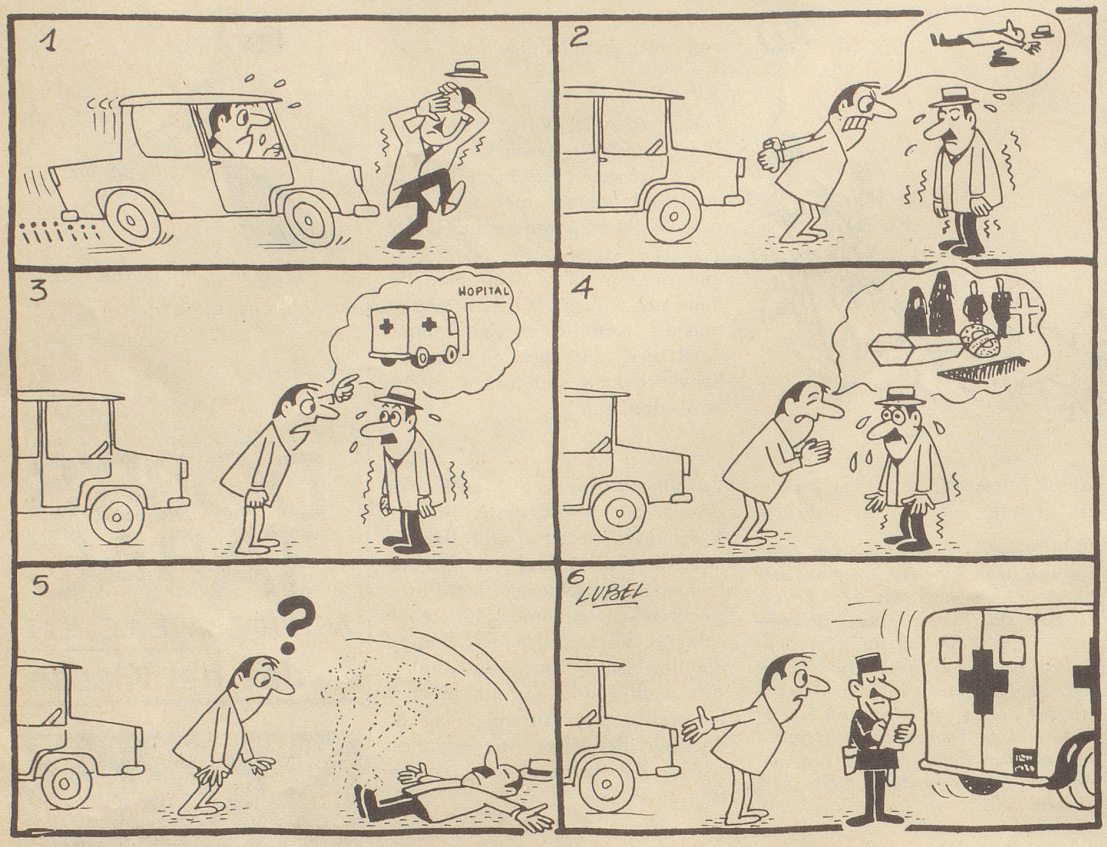
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung 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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch



Mit Speck fängt man Mäuse – und wen mit Inseraten?

Die Lehre vom Zweck und Erfolg des Inserates ist zu einer Wissenschaft geworden. Zu einer überaus interessanten. Denn gibt es etwas Kurzweiligeres als die Erforschung der Konsumentenbedürfnisse? Und erst die Kunst, dieses Bedürfnis künstlich zu wecken oder zu steigern!

Inserate gehen darauf aus, Käufer in den Laden, Besucher in den Saal zu locken, Waren an den Mann und erst recht an die Frau zu bringen. Je zügiger der Text, desto heftiger der Zulauf. Je verlockender das Versprechen, desto größer der Gwunder. Je anmächeliger das Angebot, desto lebhafter die Nachfrage. Wie sag ich's meinem Kinde? spielt deshalb für den Erfolg eines Inserates keine untergeordnete Rolle.

Doch grau ist alle Theorie. Beispiele her! In der nämlichen Ausgabe der ‹Basler Nachrichten› stieß ich auf zwei Inserate sehr unterschiedlichen Charakters, obwohl beide den gleichen Zweck verfolgten. Das erste Inserat wies folgenden Wortlaut auf:

«Oh, ... Mutti, vielen Dank für das hübsche Geburtstagsgeschenk.»
«Ich freue mich, daß es Dir gefällt. Seid Ihr schon am Feiern?»
«Ja, aber zum Höhepunkt meiner Geburtstagsfeier kommen wir erst. Dieter hat mich nämlich in mein Lieblingsrestaurant zum Essen eingeladen.»
«Welches ist das?»
«Man ißt dort ausgezeichnet in einer eleganten und vornehmen Atmosphäre. Dieter ist immer besonders über die reichhaltige Auswahl von erlesenen Weinen erstaunt.»
«Das würde ganz sicher Deinen Vater interessieren, wie heißt es denn nun?»
«Ach, jetzt weiß ich welches Restaurant Du meinst, das kann nur LC sein.»
«Richtig!»
«Wenn wir das nächste Mal nach G kommen, müssen wir unbedingt zusammen dort essen gehen. Also dann noch viel Spaß..»
«Danke. Auf Wiederhören, Mutti.»

Das zweite Inserat lautete folgendermaßen:

Zaghafte Empfehlung
Wir möchten gerne uns,
bzw. unsere div. Lokale,
unsere Butterküche
und ff Biere
einem tit. Publikum
auf Ostern
höfl. empfehlen,
nur:
Wir sind unserer Sache noch nicht ganz so sicher.
Vieles ist besser geworden, aber noch lange nicht alles so wie wir's gerne möchten. Nur eins dürfen wir sagen:
Ihr Besuch würde uns freuen,
und ... wir würden uns Mühe geben!
B

Damit nehme ich Abschied vom geneigten Nebileser und überlasse *ihm* die Beantwortung der Frage: Auf welchen Text würden Sie eher anbeißen? Auf welches Inserat würden Sie eher einsteigen?

Philipp Pfefferkorn

Man malte seinerzeit am Nil die Menschen meistens im Profil.
(Zu dem, der das Glück an die Wand malt, kommt es!)

erstmals Fr. 120 000.-
als Haupttreffer

Wissen ist Macht

«Mit däm Schuelwüsse isch es de richtig o nid alls! Won ig i d Schuel ggange bi, hets gheiße, ds Alter vo der Ärde syg anderthalb Milliarde Jahr – u hüt söll si drei Milliarde Jahr alt sy!»
«He, da gsehsch itz, wie lang daß es isch sider daß du i d Schuel ggange bisch!»

*

In solchen Fällen täten die Lehrer wohl besser, sich an den Spruch des alten Schulmeisters zu halten, der in unklaren Situationen jeweilen mit den Worten schloß: «Ja Buebe – da wär no viel z säge, we me s wüßt!»

*

«Chasch du Französisch?»
«I weiß nid, i ha no nie probiert!»

*

Die einen wissen nicht, ob sie Französisch können; andere stört es nicht, wenn sie kein Deutsch können:
«Nach ungültigen Athmosfärischen Konditionen wird der Lauf auf der Reservestrecke durch gefhürt. Die Fahrer sind Postauto zur verfügung. Die Preisverteilung ist verspätet (üngefähr 1 Uhr).»
So zu lesen in der ‹Orientierung für die Fahrers› an einer nationalen Skimeisterschaft!

*

«Excusez – isch ächt das dert obe der Groß Bär?»
«I weiß es nid. I bi drum o nid vo hie!»

*

«Wüßt Dihr öppis über d Gschicht vom Kanton Uri?»
«Eigetlech nid ... aber my Schweschter het e Gschicht gha mit eim vo der Gotthardbahn!»

*

Der Psychiater entläßt einen Patienten aus der letzten Behandlung. Er hat dem Kranken die fixe Idee ausgetrieben, eine Maus zu sein. Plötzlich steht der Mann wieder schlotternd da:
«Herr Dokter, i cha nid furt. Äs hocket e Chatz uf der Gartemuur!»
«Aber, aber! Dihr wüsset doch itz, daß Dihr e ke Muus sit!»
«Ig scho, Herr Dokter, aber d Chatz weiß es no nid!»

*

Vom Wissen zum Gewissen: «Ein schlechtes Gewissen ist besser als gar keins» schreibt Horst Wolfram Geißler.
Und bei uns heißt es etwa: «Dä het es guets Gwüsse. Är hets no fasch nie bbrucht!»

-ti