Werbung : zu schön, um wahr zu sein

Autor(en): **Schäfli, Roland**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **142 (2016)**

Heft 12-1

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-952610

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

Ratgeber

Leben mit dem Terror

Der Terror rückt der Schweiz immer näher. Hinter jedem Baum könnte ein Dschihadist stecken und unter jeder Burka eine Muslimin. Jede Moschee in Winterthur wird gleich verdächtigt, Dschihadisten auszubilden, nur weil sie im Untergeschoss einen Schiesskeller hat. Joschka Fischers Aussage «Die Schweiz wird der EU nicht entkommen» klingt in unseren Ohren wie eine Terror-Drohung auf Twitter. Und jetzt wurde auch noch in der Kartoffelernte von Zweifel eine Handgranate aus dem Ersten Weltkrieg gefunden. Was zeigt, wie früh diese IS-Terrormiliz schon aktiv war. Künftig werden unbeaufsichtigte Chips-Säckli vom Anti-Terror-Kommando in die Luft gesprengt, wie das am Bahnhof Bern schon gang und gäbe ist. Neuerdings werden nicht nur stehen gelassene Gepäckstücke sicherheitshalber in die Luft gejagt. Sondern das Fundbüro gleich mit. Ausgerechnet in diesen Zeiten, in denen Pendler schwer vom Terror geprüft werden, kündigt die SBB an, per 2016 die Security-Massnahmen zurückzufahren. Die Pendler werden dem alltäglichen Kampf um die Freiheit der Sitzplätze sich selbst überlassen.

Apropos Sitzplätze: Für die Dschihadisten, die von Basel nach Zypern ausgeflogen wurden, und die wir umgehend zurückkriegten, wird nun am Flughafen Basel eine eigene Lounge für Vielflieger-Terroristen eingerichtet.

Natürlich gibt uns der Abschuss des Russen-Jets im Grenzgebiet zu denken. So was könnte unserer Luftwaffe zur Bürozeit nämlich auch passieren, weil unsere Grenzlinie Zickzack macht und man von oben leicht die Orientierung verliert, zumal die Grenze nicht mal eingezeichnet ist.

In den Medien wurde das Nacktfoto einer falschen Terroristin herumgeboten. Das heisst, die Terroristin war schon echt, nur ihr Nacktfoto war es nicht. Auch das Gerücht, sie werde im nächsten Schweizer Bauernkalender nur leicht bekleidet abgebildet, erwies sich leider als unwahr.

Ein Sicherheitsexperte namens Stahel wollte uns jüngst in Sicherheit wiegen: es bringe dem IS doch gar nichts, Schweizer zu töten. Was bringt es ihm denn, Ausländer zu töten? Und er tut es trotzdem! Und überhaupt: Sind wir dem IS nicht gleich wichtig wie ein Ausländer?

Gefahr geht selbst von stinknormalen Terror-Kühen aus, die in Wetzikon das Altersheim überfielen. Wie nach jedem Anschlag melden sich Terror-Experten, sie hätten den Angriff vorausgesagt und das Altersheim sei eigentlich vorgewarnt gewesen.

Roland Schäfli

Werbung

Zu schön, um wahr zu sein

Roland Schäfli

Der Bund geht nun endlich gegen den unlauteren Wettbewerb vor. Werbung für Kosmetik darf ab 2016 nur noch für wahre Waren werben.

Ein Mann, der ein bestimmtes Deo benutzt und sich dann vor lauter Weibern nicht mehr retten kann. Ein Superstar, der Privatsphäre über alles schätzt, geht ausgerechnet in einen Kaffee-Laden, wo jeder ihn anquatschen kann. Ein Satire-Magazin, das in seiner Werbung verbreitet, das älteste der Welt zu sein – und dann genau so alte Witze bringt: das alles sind Werbungen, die ihre Kunden in die Irre führen.

Ich bin doch nicht blöd, werden Sie nun sagen. Eben doch! Für die Kosmetik gilt ab Neujahr: sie darf nur noch mit Aussagen werben, die auch wirklich stimmen. Das stürzt die ganze Kosmetikindustrie freilich in ein Dilemma: Denn Kosmetik besteht grundsätzlich zu einem Grossteil aus Lügen, der ganze Rest ist dann meist Schmiermittel und Schweinesülze.

Eigentlich sollten auch keine Schönheitsköniginnen mehr für Beauty-Produkte werben –, sondern nur noch die Letztplazierten. Ein Slogan wie «Diese Paste macht Ihre Zähne strahlend weiss! Weisser gehts nicht!» wird ab 2016 heissen: «Ein bisschen fleckiges Gelb wird Ihre Hackfresse nicht unsympathischer machen, als sie eh schon ist.» Wir zeigen schon heute, wie ehrlich die Kosmetikwerbung von morgen werben dürfte. Weil Sie, liebe Leser, uns das wert sind.

ALT: «Wurde nicht an Tieren getestet.»
NEU: «Freuen Sie sich: SIE werden das nun für diesen Konzern testen.»

+++

ALT: «Diese Anti-Falten-Creme macht Sie über Nacht 10 Jahre jünger – garantiert!»
NEU: «Wenn Sie uns Geld geben, garantieren wir Ihnen dafür alles, selbst ewige Jugend, auch wenn Sie hässlich wie die Nacht sind.»

ALT: «Spürbar jünger.»
NEU: «Sie dürfen das gerne glauben. Wenn Sie so jung sind, dass Sie auch noch an den Osterhasen glauben.»

+++

ALT: «Für das Beste im Mann.»
NEU: «Für seine Eitelkeit.»

+++

ALT: «Besteht zu 95 Prozent aus natürlichen Wirkstoffen!»
NEU: «Die restlichen 5 Prozent reichen immer noch aus, um Sie zu vergiften.»

+++

ALT: «Die Wirksamkeit wurde an einer Studie getestet.»
NEU: «Der Hersteller hat nicht nur die Studie bezahlt, sondern auch die Probanden.»

+++

ALT: «Von führenden Dermatologen empfohlen.»
NEU: «Von denen, die Gratis-Muster dieses Herstellers erhalten.»

+++

ALT: «Schönheit kommt von innen.»
NEU: «Vom Innern Ihres Portemonnaies.»