

Objektyp: **Advertising**

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

Band (Jahr): **56 (1930)**

Heft 12

PDF erstellt am: **10.07.2024**

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.

„Pro Juventute“

Gesetzlich geschützt!

Eine ganz kleine Betrachtung über eine ganz große Geschmacklosigkeit.

Wundern darf es mich nicht! — dass aber ausgerechnet eine Schweizerfirma auf die Idee kommen musste, das Wort «Pro Juventute» zu Reklamezwecken zu missbrauchen, das muss mich zum mindesten betrüben... doch immerhin: Eines muss ich anerkennen: Der pfiffige Reklamefachmann der betreffenden Firma hat mit seiner Idee (sprich Idäh) den Vogel abgeschossen. Wie einfach der Mann denkt. Wie kolossal simpel und unkompliziert. Und wie unendlich viel er damit seiner Firma einspart. Einfach grossartig!... nimmt einfach eines der populärsten und bestangesehenen Worte aus unserem Sprachschatz und tauft damit seine Zündhölzchen...

Pro Juventute!

... wer hätte von dieser Marke nicht schon gehört? Wem flösst dieses Wort nicht Liebe und Vertrauen ein? Wer kann sich seinem Zauber entziehen? Nicht einmal mein Onkel Ferdinand. So abgelebt er ist, so schwärmt er doch noch allzusehr pro Juventute, und ich fürchte, er wird keine anderen Zündhölzchen mehr verwenden.

Oh! Der Reklamefachmann der betreffenden Firma ist sicherlich ein Schämie und scheert sich wie alle Schämies einen Teufel um Pietät. Er meldet das Wort zum Markenschutz an und erhält diesen Schutz auch. Erhält ihn tatsächlich. «Pro Juventute» ist jetzt gesetzlich geschützte Zündholzmarke und die Firma erhält in Zukunft jährlich eine Gratisreklame auf Postmarken... sofern sie den gemeinnützigen Missbrauch ihres gesetzlich geschützten Namens überhaupt gestattet...

Zündhölzchen! Pro Juventute!

Ich habe also die Sache meinem Onkel Ferdinand erzählt und obschon er ein alter Lebemann ist und im übrigen sehr pro Juventute schwärmt, so hat er doch bedenklich den Kopf geschüttelt... Aberneil... (hat er gesagt)... aberneiau... Wie cha mer bloss fir die chleine Chinder extra Zindhelzli mache (hier schüttelte er den Kopf besonders bedenklich)... extra Zindhelzli, wo mer doch dene Chleine überhaupt kei Zindhelzli setti i d'Hend geh!

Wie gesagt, mein Onkel Ferdinand ist ein Idiot und er hat das mit dem «Pro Juventute» natürlich falsch verstanden. Aber auch diejenigen die weniger alt, und selbst solche, die noch gar nicht demoralisiert sind, werden wohl ob dem seltsamen Markennamen bedenklich den Kopf schütteln — ja — vielleicht gerade «die» am allerersten.

... womit ich betreffend Herrn Reklamefachmann durch die Blume habe merken lassen, wie ich darüber denke. Und ich würde nur eins bedauern, nämlich die Möglichkeit, daß er mich nicht eindeutig genug verstehe. H.-Rex.

Nur ein Schnäpschen

Die paar Tropfen!
Warum unken?
Davon wird man
Nicht betrunken.
Dabei kann ich sogar fein,
Stehen noch auf einem Bein!

Willst du ins
Verderben rennen,
Langsam dir
Den Geist verbrennen?
Kennst du nicht des Funken List,
Der die Zigarette frißt?“

Unvergleichlich
Die Vergleiche!
Sch' mich schon als
Tote Leiche!
Ist ein Deziliter täglich
Denn so schrecklich unerträglich?“

Freund, ich will nicht
Sprüche klopfen.
Selbst den Stein höhlt
Steter Tropfen!
Und ein Hirn, mit Schnaps geölt,
Wird weit schneller ausgehölt!“

92



Der kleine Walterli ist etwas verdrießlich erwacht. Die Großen haben schon zu Mittag gegessen, und so sitzt er nun allein vor seiner Suppe, die gar nicht recht schmecken will. — Am andern Ende des Tisches zeigt der auf Besuch anwesende Onkel „Phöteli“ herum. Walterli will natürlich auch schauen. Man bedeutet ihm, daß er zuerst essen müsse, da sonst die Suppe kalt werde. Als dies nichts nützt, und der Kleine anfängt zu trocken, sagt ihm seine Mama sehr energisch: „Sez kunsch go ässe, oder 's git Tätzsch!“ — Darauf der Kleine eifrig und erfreut: „Aber gäll, wenn i denn Tätzsch gha ha, darf i luege!“

Großstadtgewohnheiten



Mieter: „Dieses Appartement gefällt mir außerordentlich. Aber — hat es Wanzen?“
Vermieterin: „Wie, was, Wanzen? Hier? Nein mein Herr!“
Mieter: „Dann muß ich leider bedauern; ich miete nur mit Wanzen. Man hat so feine kleinen Gewohnheiten, nicht wahr!“

BASEL

Hotel Metropole-Monopole

Das komfortable Hotel - Fließ. Wasser u. Tel. in all. Zimmern - Garage - Restaurant - Tea-Room
Conditorei - Konzert-Bierhalle - Tel. S 37.64
U. A. MISLIN, Direktor.