

[s.n.]

Autor(en): **Lindi [Lindegger, Albert] / Isler, E.**

Objektyp: **Illustration**

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

Band (Jahr): **60 (1934)**

Heft 11

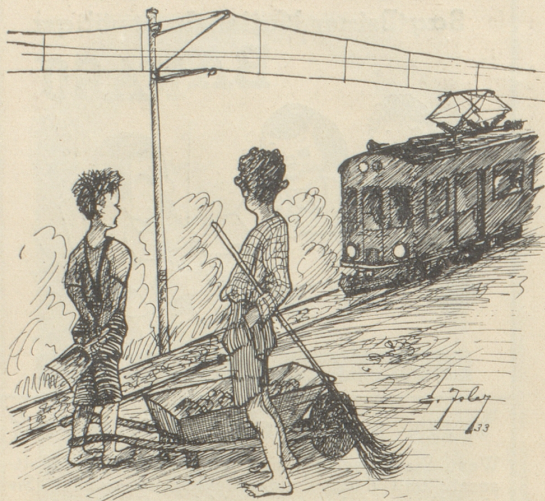
PDF erstellt am: **11.09.2024**

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.

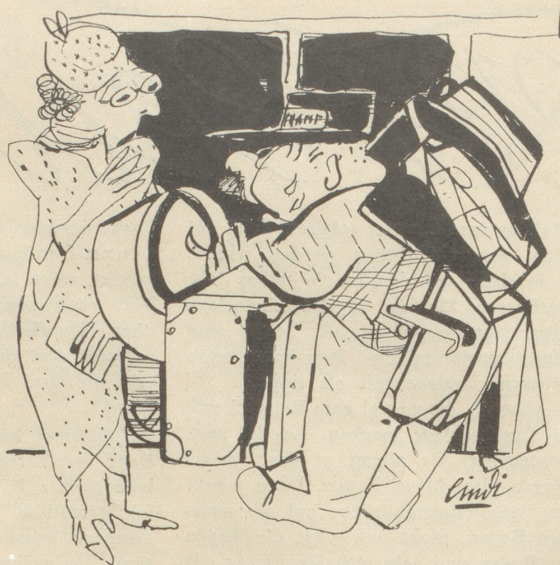
Haftungsausschluss

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.



„Du, de Vatter hät gseit, 's Stroßebähnli machi öppe 25—30 Kilometer.“

„Blödsinn — wänn doch die ganz Strecki vo Frauefeld uf Wil nu 17 Kilometer ischt.“



Dame: „Ich kann nur Fahrriktion sitzen und hier ist alles besetzt!“

Dienstmann: „Ja schieget nume ih, ich tue de t'Lokomotiv uf die ander Site!“

Reklame wie noch nie

Franz Kummerkäs war kein Reklamefachmann, — man muss sogar zugeben, dass er von wirtschaftlichen Fragen nicht das geringste verstand. Da er indessen seit Jahren ohne sonstige Beschäftigung war, machte er sich über das in der Reklame investierte Kapital der Industrie und die dadurch erzielte belebende Wirkung auf den Kunden seine eigenen, höchst skeptischen Gedanken.

Der augenblicklich unbeschäftigte Kummerkäs fühlte sich mangels anderen Eigenwerte als Konsument: als solcher war er in den grossen euro-

päischen Wirtschaftsprozess als ein geradezu unentbehrliches Element eingeschaltet; Plakate und Lichtreklamen musterte er mit dem strengen Blick des Normalkunden, der von den anpreisenden Firmen seelisch überumpelt werden sollte. Dass Kummerkäs im Augenblick infolge chronischen Geldmangels nur in der Theorie als Kunde in Frage kam, erschütterte seine Machtposition als Konsument nicht im mindesten. Franzens schöpferische Leistungen auf dem Gebiet der Reklame wurden eines Tages durch ein Erlebnis ausgelöst: «Esst mehr Fisch! das kräftigt die Gesundheit!» las er plötzlich auf einem Plakat, das ein pausbäckiges Kind mit einem Karpfen in der Hand zeigte. Schon war Kummerkäs bereit, an die gesundheitsfördernden Folgen gesteigerten Fischgenusses zu glauben, da machte ihn, den misstrauischen Kenner, die Unterschrift stutzig; er las: «Die vereinigten Seefischhandlungen». Kummerkäs hob innerlich den Finger; er hatte mit nachtwandlerischer Sicherheit an den wunden Punkt der ganzen heutigen Reklame gerührt. Die Fischhändler wollten ihre Flossentiere loswerden und kamen scheinheilig mit Hygiene daher. Er durchschaute den Zauber und blieb kalt; auf ein so plumpes Plakat hin würde er nicht eine einzige Sardine mehr essen als sonst. — Vor dem Metzger-

laden hatte er kurze Zeit darauf dasselbe Erlebnis: «Nur Fleisch erhält den Körper kräftig!», flimmerte es vertrauenerweckend von einem Plakat, das behaglich zwischen Wurstwaren aufgestellt war, dem Kunden Kummerkäs entgegen. Sehr möglich, dachte Franz, Fleisch kräftigt den Körper, es stimmt vielleicht wirklich, sogar die Japaner sollen mit ihrem ewigen Reisessen schlechte Erfahrungen gemacht haben ... aber wenn es mir ausgerechnet ein Metzgermeister sagt, werde ich misstrauisch. Es war klar, die ganze hanebüchene Reklame von heute taugte nichts. Kummerkäs fühlte plötzlich auf seiner Stirn das Siegel höherer Berufung brennen ... ihm war es vorbehalten, der Begründer einer neuartigen Reklame, sozusagen eines ethisch fundierten Kun-

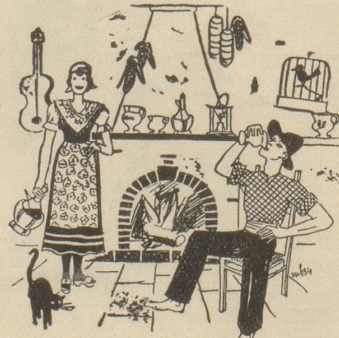
Wohl bekommen

wird Ihnen eine
Frühjahrskur
mit dem altbewährten,
wohlschmeckenden
Blutreinigungsmittel

Sarsaparill

Modélia

Pharmacie Centrale, Madlener-Gavin
Rue du Mont-Blanc 9, Genf und in
allen Apotheken zu 5 und 9 Franken



LOCANDA TICINESE

1. Stock **Hotel Bahnhof St. Gallen**

Italienische Spezialküche und Weine