

Objektyp: **Advertising**

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

Band (Jahr): **76 (1950)**

Heft 2

PDF erstellt am: **29.06.2024**

### **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.

# PHILIUS KOMMENTIERT

Rita Hayworth, Filmstar und jetzige Prinzessin Ali Khan, hat in einem Lausanner Spital einem Kinde das Leben geschenkt. Seit Wochen war das Spital von Presseleuten aus aller Welt umlagert, und mehr als eine Meldung über das «derzeitige Befinden» der Künstlerin ist in die Welt hinausgegangen. Diese Entfesselung der Publizität war widerlich. Ist ein Filmstar, zumal einer, der noch den Sohn Aga Khans heiratet, ständig der äffischen Neugier der Öffentlichkeit ausgesetzt, wie sehr wäre ihm in dem Augenblick Ruhe zu gönnen gewesen, da es um das Privateste aller Privatdinge geht. Aber die Presse belauerte Eingänge und Fenster. Es gibt gesunde Sensationen und ungesunde Sensationen, so wie es einen ehrlichen und einen unehrlichen Kitsch gibt. Hier haben wir eine aufgedunsene, ungesunde Sensation, die von den Presseleuten künstlich genährt worden ist, denn wir glauben kaum, daß die Welt wegen der Geburt eines Filmstarbabys den Atem anhält. Vor allem hat sich jene Filmpresse auf dieses Ereignis gestürzt, die für den künstlerischen Film nichts, für den Filmstarrummel aber alles tut. Der Film hat seine künstlerischen, soziologischen, politischen und wirtschaftlichen Probleme; aber das interessiert diese Gazetten nicht; für sie beginnt der Film erst beim Starwesen. Wäre Rita Hayworth eine Darstellerin ersten Ranges, verfügte sie über neue Ausdrucksmittel, wäre sie eine Künstlerin von schöpferischer Begnadung ... niemand kümmerte sich um ihr Privatleben, und berechnete Lorbeeren blieben für sie ungeblüht.

\* \* \*

Von Zürich aus ist dieses Jahr der Kampf gegen die blasphemische Verwertung unserer guten Weihnachtssymbole zu Werbezwecken intensiviert worden. Man darf sagen: weite Kreise des Publikums haben diese Bestrebung begrüßt und, was besonders erfreulich ist, die Verbände der Schaufensterdekorateure und der Detaillisten haben auf diese Aktion recht vernünftig reagiert. An gutem Willen fehlt es nicht. Man hat das Gefühl, daß da und dort eher Gedankenlosigkeit solche unweihnacht-

lichen Weihnachtsfenster verschuldet hat als etwa eine bewußte böswillige Mißachtung unserer Weihnachtssymbole.

In einer Fachzeitung redet nun aber wieder ein Einsender dem schlechten Schaufenster mit dem Argument das Wort, die verbotene Sonntagsöffnung der zürcherischen Geschäfte verlange die Degradation unserer Weihnachtssymbole und das Anzünden der Schaufensterchristbäume Mitte November. Wir zitieren einige Sätze:

«Eine ganze Reihe zürcherischer Vereine, vorab die Frauen- und Schulmeisterorganisationen, legen in einem öffentlichen Brief Verwahrung gegen die vorzeitige Weihnachtspropaganda in den Schaufenstern ein. Man wirft die Frage auf, ob es den Ladeninhabern mit gutem Willen und nach gegenseitiger Vereinbarung nicht möglich wäre, diese Reklame wieder auf ein normales Maß zurückzuführen'. Man appelliert hier also an das Verständnis der Geschäftsleute, denen man sonst alle nur möglichen Hindernisse in den Weg legt, um ihnen den Lebensatem zu verkürzen. Wenn die Weihnachtsreklame, die wir sicher auch nicht auf der ganzen Ebene unterstützen wollen, heute sehr vorzeitig erscheint, so rührt das ganz einfach daher, weil man es mit der Gesetzesfabrikation, so namentlich mit dem Ladenschlußreglement, so weit gebracht hat, daß den Detailunternehmen die Verkaufszeit für das Weihnachtsgeschäft über ein vernünftiges Maß hinaus verkürzt worden ist. Ursache der Beanstandung der Weihnachtsreklame ist die vollkommene Verkenning der volkswirtschaftlichen und betriebswirtschaftlichen Bedeutung des Weihnachtsgeschäftes für das Detailgewerbe. Die Dezemberumsätze waren seit jeher dringend notwendig, um die schlechten Monate des Jahresdurchschnittes herauszureißen. Wenn man durch die Verkürzung des Dezembargeschäftes diese Möglichkeit daher ausdrückt, so werden die Unternehmen zwangsläufig gezwungen, dafür irgendwo 'Ersatz' zu finden. Dieser Ersatz, der insbesondere die Mindereinnahmen wegen der fehlenden Verkäufe an den laut Zürcher Gesetz nun verbotenen Sonntagsöffnungen zu decken hat, kann nun nur darin gefunden werden, daß man das sonst

auf zwei bis drei Wochen erstreckte Weihnachtsgeschäft früher beginnt. Und daher die beanstandete frühzeitige Dekoration und Reklame, die man nun ebenfalls noch beseitigen möchte.»

Dazu Folgendes: Die Bezeichnung «Vorab die Frauen- und Schulmeisterorganisationen legen Verwahrung ein» kennzeichnet den Ton der ganzen Einsendung. Wenn ein Detaillist den Lehrer als Schulmeister bezeichnet, dann fordere ich diesen Lehrer auf, den Detaillisten als Krämer zu bezeichnen, denn das Recht, verunglimpft und ironisiert zu werden, gebührt allen. Aber nun zum eigentlichen Gegenstand. Der Einsender verlangt als Gegenentschädigung für zwei ausgefallene Verkaufssonntage (die übrigens vom Volke beschlossen worden sind) die Eröffnung der Weihnachtsschaufensterwerbung im November. Dazu ist folgendes zu sagen: der Einsender hat wohl die Erklärung der Zürcher Verbände schlecht gelesen. Es ist dort nicht davon die Rede, daß man das festliche Fenster nicht schon vor Weihnachten zeigen dürfe, wohl aber nimmt man Stellung gegen das Anzünden des Christbaumes Mitte November. Wenn nun der Einsender aber gerade diesen verfrühten Christbaum fordert und sich daher auf «betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche» Gründe stützt, dann äußert er eben jene Gesinnung, gegen die man den Kampf aufnehmen will und muß. Der Christbaum beugt sich solchen betriebswirtschaftlichen Argumenten nicht. Verehrter Herr, darum geht es ja gerade. Sie wollen den Christbaum zum reinen Werberequisit herabwürdigen. Vor seine Heiligkeit stellen sie Krämerbedenken. Das ist es ja, wogegen wir protestieren müssen. Ihr Satz «Volkswirtschaftliche Grundsätze lassen sich mit Gefühlsmomenten leider Gottes nicht aus dem Wege werfen» beleuchtet schreckhaft eine Gesinnung, mit der wir uns nicht auseinandersetzen wollen, es sei denn im Sinne einer energischen Ablehnung. Wenn Sie meinen, die Ablehnung des blasphemisch verwendeten Weihnachtssymbols im Schaufenster zu Werbezwecken sei lediglich ein «Gefühlsmoment» und nichts anderes, dann freilich machen Sie sich von Ihren Gegnern ein simplifiziertes Bild. Daß es um mehr geht



**COGNAC AMIRAL**  
The spirit of victory!  
En gros: JENNI & CO. BERN  
GONZALEZ



**SANDEMAN**  
(REGISTERED TRADE MARK)  
Sherry Sandeman  
Apéritif der Optimisten  
und Philosophen!  
SANDEMAN Berger & Co., Langnau/Bern

QUALITÄTS-UHREN



**Fortis**  
Im guten Uhrengeschäft erhältlich