

Reklame belebt den Handel

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **80 (1954)**

Heft 40

PDF erstellt am: **09.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-493927>

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.



Curling auch im Sommer 1954

Reklame belebt den Handel

Ein kleines Restaurant in Chicago kündigte seine einfache Bohnensuppe nicht etwa nur als «Bohnensuppe» auf dem Speisezettel an, sondern als: «Michigan-Bohnensuppe nach der guten alten Art, aus handgepflückten, jungen Bohnen in kräftiger Bouillon von einem bei uns daheim gemästeten Ochsen oder in Schweinsbrühe gekocht, in der auch der geräucherte Schinkenknöchel mitgekocht wurde!» – Es konnte keiner widerstehen.

★

An die hartgesottenen Junggesellen wandte sich ein anderer Wirt mit dem Slogan: «Heiraten, um gut zu essen? Geben Sie die Idee auf, Sie haben es garantiert besser und billiger hier!»

★

Ein kleines österreichisches Blättchen versuchte, sich vor dem Absterben mit einem Preisausschreiben zu retten. Auf die Preisfrage «WIE ERHAELT SICH DIE FRAU SCHÖN?» gingen Stöße von Antworten ein, doch obwohl sämtliche Kosmetika und Schönheitskuren der Welt aufgezählt wurden, konnte der erste Preis nicht verteilt werden. Das Blättchen gab dann die Lösung bekannt: «Die Frau Schön erhält sich dadurch, daß sie jeden Monat hundert neue Abonnenten für unsere beliebte Zeitschrift wirbt!»

★

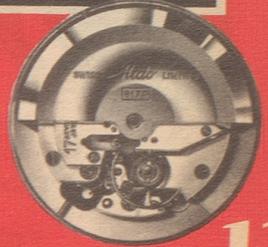
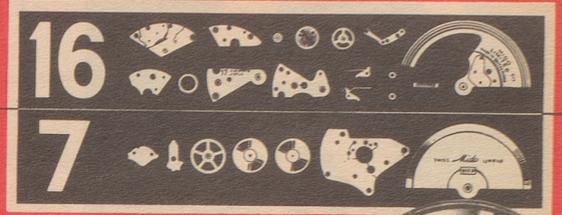
Ein anderes Wiener Blatt kündigte kürzlich einen neuen Roman mit folgenden Worten an: «Unser neuer Roman spielt in der Zeit der Türkenkriege, in der Zeit der Pest! Wir hoffen, uns damit den Dank unserer geschätzten Leser zu verdienen, da wir sie durch diese anregende Dichtung wieder in jene gute, alte Zeit zurückversetzen.»

★

Reklame in einem deutschen Blumengeschäft: «Entzückende Buketts zur Unterstützung schwacher Alibis.»

TR

ANSTATT BISHER 16
HEUTE NUR NOCH 7 BESTANDTEILE



Powerwind

sichert entscheidende Steigerung
der Zuverlässigkeit

das bedeutet: weniger Reibung, weniger Abnutzung, höhere Zuverlässigkeit, längere Lebensdauer. Kaum am Arm, zieht der Powerwind-Selbstaufzug die Uhr auf und sichert dauernd die richtige Gangreserve, Grundbedingung für präzisen Gang. Dazu die neue, bruch-sichere und antimagnetische Perma-dure-Feder. Schon die bisherige Mido Multifort Superauto-matic brachte in 20-jäh-riger Praxis ganz einzig-artige Bewährungs-be-weise. Powerwind wird nun die Widerstands-fähigkeit und Zuver-lässigkeit in bisher unerreichtem Grad steigern.



Mido MULTIFORT Superautomatic

- ① SELBSTAUFZUG
Superautomatic
- ② 100% WASSERDICHT
- ③ STOSSGESICHERT
- ④ ANTIMAGNETISCH
- ⑤ UNZERBRECHLICHE
FEDER

