

# Public relations

Autor(en): **Freuler, Kaspar**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **88 (1962)**

Heft 12

PDF erstellt am: **10.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-501266>

## **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.

# Public relations

Wir trafen uns rein zufällig nach 12 oder 15 Jahren mitten in Zürich und begannen daraufhin an einem freundlichen Tischchen von alten Zeiten zu plaudern und von beiderlei Lebensläufen, wies eben so kommt –.

«Also Kurdirektor bist du geworden – in Binz am Büchel! Das scheint ja ein einträglicher Beruf zu sein?» Ich tupfte auf den Ledergurt, der sich um ein wohlgenährtes Bäuchlein spannte. «Reine Butterküche?»

Er lächelte und nickte: «Das kommt von den Public relations –.»

«Wieso denn? Bist du mit einem Dutzend Chefs de cuisine Schmolli?»

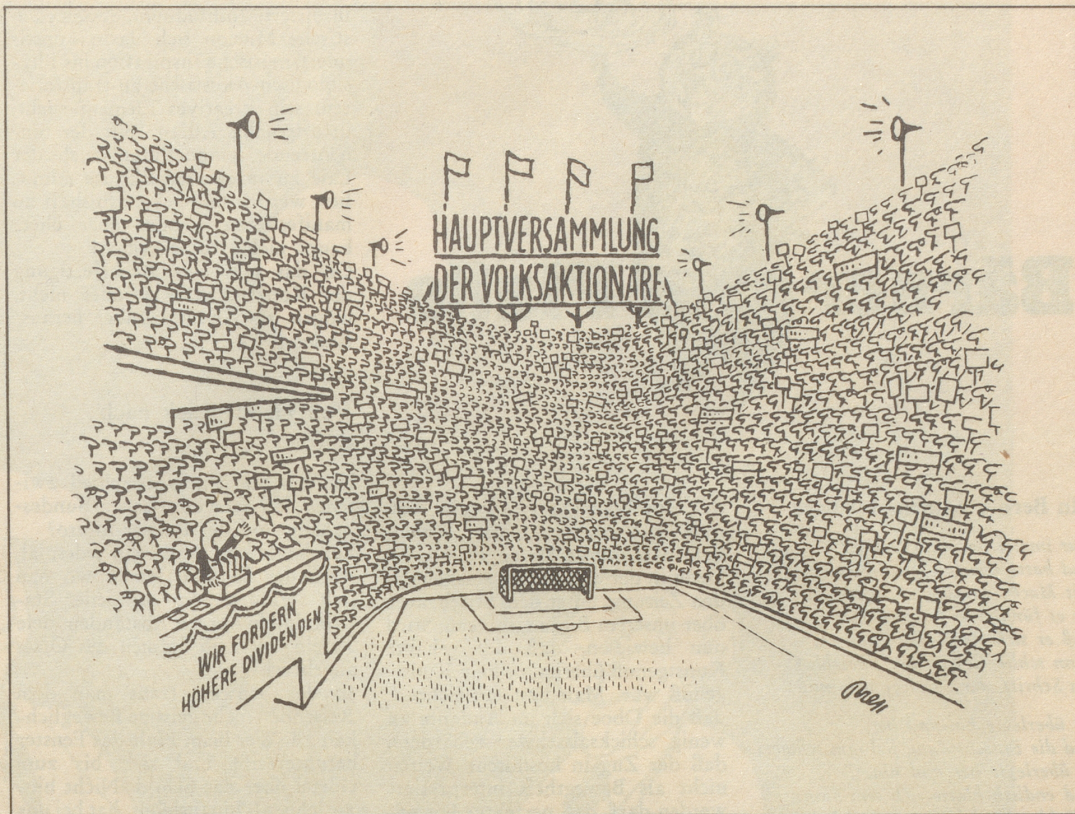
Lächelnd verriet er mir den Trick: «Also man tut was man kann in unserer Branche, nicht wahr? Und dazu gehört in erster Linie Propaganda so viel wie möglich. Man kann das altmodisch machen, so mit Inseraten und Plakaten, warum nicht. Aber ich geh mit der Zeit und schätze die Public relations weit höher!»

«Aber was hat denn das mit deinem Guggelfriedhof zu tun?»

Er rätschelte liebevoll sein Ränzchen. «Du verstehst noch zu wenig von Propaganda, mon cher! Unter uns gesagt, wohlverstanden – so wird's gemacht: Wir veranstalten in Binz am Büchel während jeder Saison irgend ein paar hübsche Anlässe, eine Tagung oder lieber zwei, drei, eine kleine Schönheitskonkurrenz mit Miß Binzambüchel, ein Dutzend netter Mädchen sind mit Leichtigkeit aufzutreiben, und auf Intelligenz wird kein Anspruch gemacht. Oder einen Wettbewerb für Filmamateure, die kommen gleich am laufenden Dutzend! Oder Vorträge von großen Tieren, die irgend in erreichbarer Nähe Ferien machen –»

«Und?»

«Ganz simpel und einfach! Ich schreibe jedem Einzelnen, daß ich in der Woche vom 7. bis zum 15. im Gotthard in Zürich sei und mich freuen würde, seine persönliche Bekanntheit zu machen, um die kommende Veranstaltung gründlich zu besprechen. Oder ich wäre zu diesem Zweck jederzeit in Binz am Büchel zu treffen. Sozusagen jeder kommt – und beide wissen, daß es dabei einen vorzüglichen Lunch oder ein apartes Nachtessen absetzt. Die Besprechung dauert eine halbe Stunde, die gastronomische Hälfte zwei Stunden oder mehr, vom Aperitif bis zur Zigarre,



inklusive Magenbrenntabletten. Erstens –»

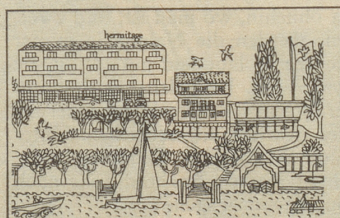
«Und zweitens?»

«Zweitens wird die Uebung wiederholt, wenn der oder die sodann bei uns eingetroffen ist – das macht weitere soundsoviel feudale Angelegenheiten. Drittens –»

Ich verwunderte mich.

«Drittens melden mir die drei Hotels pünktlich ihre Gäste, und wer irgend etwas wie Ruf und Name hat – irgendetwas sage ich – der erhält einen noblen Brief: die Kurdirektion würde sich glücklich schätzen, einen Abend in Ihrer Gesellschaft zu verbringen –»

«Macht weitere Guggeli, blaue Forellen, Rehrücken, Täubchen – aber woher die Kraft?» Ich drehte Daumen und Zeigfinger.



## hermitage

LUZERN-Seeburg

Das gepflegte Restaurant am See  
Hotel, Säle für Hochzeiten und  
Gesellschaften

Reichhaltige Spezialitäten-Karte  
Telefon (041) 21458

«Bitte – Geschäftsgeheimnis! Der Kurvereinskassier weiß genau Auskunft. Und schließlich unterbreite ich dem Gast ein ledergebundenes Goldschnittgästebuch mit der Bitte, etwas recht Freundliches über Binz am Büchel hineinzuschreiben. Mit vollem Bauch und die Flasche vor sich will sich doch niemand blamieren – und so kommt ich pro Saison zu zwei Dutzend herrlichster Lobsprüche über Hotels, Panorama, Folklore, – denn ein Alphörneler ist meist auch dabei! Blitzlicht und Schnappschuß und auf Wiedersehn! Das gibt zuletzt die prächtigste Werbebroschüre, sag ich dir! Mit Titulaturen, sag ich dir! Ah! – das bißchen Tänzerin im «Casino» wird darin zum berühmten Star der bekannten XY-Gruppe! Wer auf seinem Davoserli von obenherunterfährt ohne umwerfen, darf Bobmeister heißen; der junge Herr mit seinem magern hohen C avanciert zum kaum erreichten Belcanto-Sänger! – So läuft der Has und nicht anders. Wer sich im Gästebuch aus Verzweiflung mit einem Goethe-Zitat eingetragen hat, marschier auf als einer aus der ersten Garnitur der zeitgenössischen Literatur! Stammt so ein Mann zufällig aus Hamburg, so heißt er «der weitgereiste Herr NN.» – Wenn du zum Beispiel die Clementi-Sonate Nr. 3 noch etwas besser spieltest als seinerzeit auf der Schule, so könntest du auf einen zweiten Yehudi Menühin rechnen –! Und reklamiert hat noch kein einziger!

Im Gegenteil! manch einer verschickt gleich ein Dutzend unserer Prospekte nur um der Titulatur willen. Ich hab's ausgerechnet: die Methode ist risikolos und tragbar, sogar einträglich – Binz am Büchel floriert –»

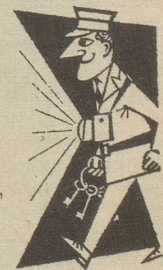
«Und dein Bäuchlein nicht weniger, altes Haus!»

Hernach brachte der Ober eine weitere Flasche auf Rechnung des löblichen Kurvereins. Public relations müssen gepflegt werden. Dann kam auch richtig das Gästebuch in Leder und Goldschnitt, das Blitzlicht und der Schnappschuß. Ein Vierteljahr später der neue Werbeprospekt. Auf dem Bild sah ich hübscher aus. Die Titulatur verschweige ich aus angebotener Bescheidenheit.

Kaspar Freuler



Er schmeckt  
allen Käsekennern  
überall  
und immer gut,  
und drum auch  
den braven Männern,  
welche wachen,  
wenn man ruht.



## Tilsiter

Drum gehört Tilsiter uf e Tisch!  
Me weiss mit ihm, wora me-n-isch.

