Verführerische Zumutungen

Autor(en): **Knobel, Bruno**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **89 (1963)**

Heft 46

PDF erstellt am: **04.08.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-503019

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Guter Wunibald Ehrishofer!

Du schreibst so treu und ohne Hinterlist,
vertrauenswürdig, arglos und platonisch,
man spürt sofort daß Du ein Schweizer bist,
so wie ich Dir – bist Du auch mir harmonisch.

Doch fleh ich Dich mir nicht zu nah zu kommen,
denn Egon, der von meinem scheuen Herzen
einst so verwirrend jäh Besitz genommen,
ist nicht mehr aus demselben auszumerzen.

Elsa von Grindelstein

In nächster Nummer: «Columbus»

Verführerische Zumutungen

Man nennt die Reklame eine geheime Verführerin, obzwar sie so geheim nun auch wieder nicht tut. So ist es z. B. längst kein Geheimnis mehr, daß sie glaubt, in uns allen schlummerten leidvoll Bekümmerte, weil wir nicht zur High Society, nicht zu den Besuchern von Ascot, nicht zu Besitzern moderner Sportwagen mit Spezialkarosserie, zu den eleganten Sonntagsreitern, zu Duzfreunden von Divas, die wir in Luxusetablissements zu treffen pflegen, gehörten. Denn, nicht wahr, wären wir nicht so bekümmert darüber, daß wir alle diese Sonnenseiten eines Schattendaseins entbehren, dann würden wir ja auch nicht geheim dazu verführt, uns wenigstens einige Attribute jener Traumgestalten zu kaufen, um so zu tun und uns so zu fühlen, als ob. Attribute, die uns im Reklamebild so farbensatt angepriesen werden, wie jenes für die hochkonzentrierte High-Class-zugehörige Cigarettenmarke oder für die allein in die bessere Gesellschaft einführenden Büstenhalter Marke ‹High Society› ... wie gesagt, das ist allmählich kein Geheimnis mehr.

Ein Geheimnis bleiben mir aber noch immer die Gedankengänge jener Reklame-Inserat-Zubereiter, die irgendwo in einer Ecke einen ‹Gutschein› einfügen. Dieser Gutschein hat meist die Größe von 5 × 40 mm. Und der gute Inserate-Koch glaubt nun tatsächlich im geheimen, diese briefmarkengroße Fläche verführe den Leser dazu, a) eine Schere herbeizuholen und das winzige Puzzlestücklein mit viel Geschick und Atemanhalten b) auszuschneiden, wenn möglich aus der Mitte einer Seite, auf deren Rückseite ein Bild oder ein Artikel steht, die zu beschädigen mir nicht im Traum einfiele, da ich das besagte Blatt meist nicht wegen den Inseraten halte. Es wird ferner mit Bestimmtheit erwartet, ich füllte c) diese Briefmarkenfläche mit extra spitzem Stift und erst noch in einer in dieser Winzigkeit fast unmöglichen Blockschrift aus: Name, Vorname, Straße, Hausnummer, Wohnort, um dann, nach solcher kaum zumutbaren Geduldsarbeit d) das Miniatur-Geheim-Gutscheinchen entweder auf eine Postkarte zu kleben oder in ein Kuvert zu schließen, e) Lupe, Ziselierstift, Schere und Leim zu versorgen und hernach abzuwarten, bis ich dank der Einsendung dieses Gutscheins den Gratiskatalog erhalte, welchen ich – was ja heute jedes Kind weiß – auch dann postwendend und gratis erhalte, wenn ich ihn ganz einfach mit einer Postkarte bestelle. Ich weiß natürlich wohl, daß dem Inserenten die eingehenden Gutscheine eine Kontrolle erlauben, wie groß die Werbekraft des betreffenden Blattes ist. Dieser Rückschluß aber ist eine bloße, wenn auch verbreitete Illusion.

Denn *verführt* durch den *geheimen* Gedanken, er kriege auch ohne Pseudo-Gutschein, was er verlange, ist der gute Konsument längst nicht mehr ein geheim Verführter.

PS. Der Verfasser sendet Interessenten seinen Gratiskatalog gegen Einsendung des untenstehenden Gutscheins. Bitte in Block- oder Schreibmaschinenschrift ausfüllen, auf Rückseite einer Postkarte kleben oder in frankiertem Briefumschlag senden an

Bruno Knobel

NAME: VORNAME:
STRASSE: HAUSNUMMER:
WOHNORT: KANTON:
NS