Energiekrise

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

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **99 (1973)**

Heft 28

PDF erstellt am: **02.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-511900

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

Mit einer Brille im Haar

Die weibliche Eitelkeit hat von jeher einen erstaunlichen Erfindungsreichtum entfaltet. Es wird zwar von unseren Stammeltern behauptet, sie hätten unmittelbar nach dem Sündenfall ihre Blöße bedeckt. Ich neige jedoch eher zu der Ansicht, zumindest Eva habe bereits vorher eine hübsche Muschelkette um den Hals oder eine bunte Blume im Haar getragen, um ihren Adam überhaupt soweit zu bringen, daß er in den sauren Apfel der Erkenntnis biß. Aber welch ein kulturgeschichtlich wie geographisch weiter Weg liegt indessen zwischen der Blume hinter dem Ohr eines Naturkindes, dem man auf fernen Südseeinseln noch begegnen mag, und der Sonnenbrille im Haar einer modernen Frau! Immer häufiger trifft man in diesen Sommertagen auf modebewußte junge Damen (und wenn ich jung schreibe, so bin ich sehr großzügig, was die effektive Zahl der Jahre anbelangt), die den Vorübergehenden aus zwei strahlenden Augenpaaren anfunkeln: das erste befindet sich in den dazu bestimmten Höhlen, links und rechts vom Nasenrücken; das zweite hingegen über der Stirn, jene Stelle bedeckend, die bei uns Männern oft von beginnenden oder nach hinten fortschreitenden Geheimratsecken gezeichnet ist.

Zunächst traute ich meinen Augen kaum. Erst als ich die sonderbare Angelegenheit etwas näher in Augenschein nahm, fand ich bestätigt, was ich insgeheim längst vermutet hatte, nämlich: daß die Optiker darauf aus sind, den Marktwert der im Zurückgehen begriffenen Putzmachergeschäfte an sich zu reißen. Die Sonnenbrille als neuzeitliche Kopfbedeckung für die Frau wäre somit nur eine logische Folge der von Jahr zu Jahr größer werdenden Brillengläser, denen man ohne weiteres voraussagen konnte, daß sie bald einmal auf manch keckem Himmelfahrtsnäschen keinen Platz mehr finden würden. Andererseits wuchs mit dem steigenden Wert, den man beim Kauf einer Sonnenbrille investierte, natürlich auch die Neigung, dieselbe selbst dann zu tragen, wenn sie nicht unbedingt erforderlich war, sei es am Abend, zu Theater-, Konzert- oder Tanzanlässen, wozu man sie eben lässig ins Haar zurückschob. Es liegt nun an den Figaros, Perücken mit bereits in die Haarpracht einbezogenen Sonnenbrillen, zu stilvollen Gebilden durchkomponiert, herzustellen. Die Absatzchancen, vermute ich, wären nicht gering. Wenigstens ist eine Sonnenbrille im Haar der modernen Frau, das sei gerne zugegeben, nicht komischer als die Angewohnheit vieler Frauen von einst, furchterregende Hüte in Form von Abortbrillen auf dem Kopfe zu tragen. (Kostproben davon gibt es gelegentlich in alten Filmen zu bestaunen.)

Vom ästhetischen Standpunkt aus gesehen ist für uns Männer gewiß nichts dagegen einzuwenden, wenn eine schöne Frau ihre ebenso schönen Augen zeigt, anstatt sie narzistisch hinter dunklen Greta-Garbo-Gläsern zu verbergen. Obwohl es nicht recht einleuchtet, weshalb eine Sonnenbrille selbst bei grellstem Sonnenschein neuerdings unbedingt im Haar und nicht zum Schutze der Augen getragen werden muß. Aber sei's drum. Das Diktat der Mode hat schließlich seine eigenen Gesetze, die ein Mann noch selten zu durchblicken vermochte. Und wenn wir alles an den Frauen verstünden, wäre wahrscheinlich viel weniger interessant an ihnen. *Peter Heisch*

Der heitere Schnappschuß

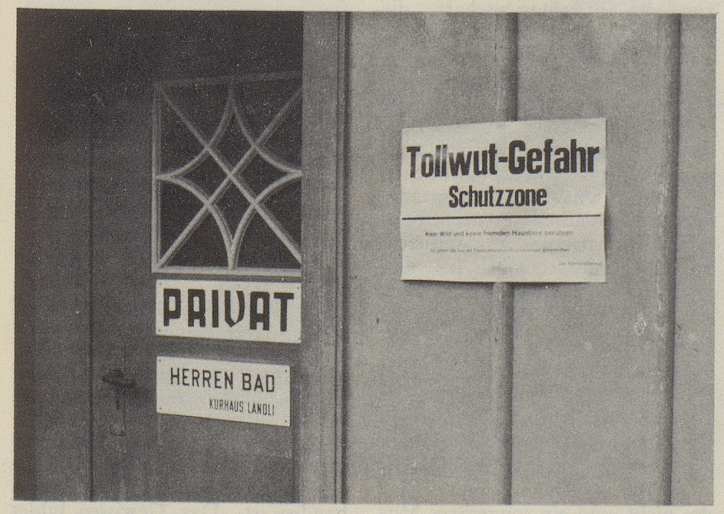

Foto: Harry Steinmann

unglueck der woche

Unglück der Woche

Nach 23 Jahren des Bestehens stellt die Illustrierte «Woche» ihr Erscheinen ein. Seit der Gründung dieses Blattes habe der Verlag (Walter) bedeutende Opfer zu bringen gehabt. Steigende Herstellungskosten, aber nicht in ähnlichem Maß auch steigende Abonnentenzahlen, vor allem aber auch die Konkurrenz ausländischer Illustrierten führten nun zum Eingehen des Blattes und damit zur praktischen Alleinherrschaft von Ringier auf dem Markt der schweizerischen Illustrierten.

Das verbale Bedauern mit dem resignierenden Verlag Walter ist groß.

Das landesweite Bedauern mit der verstorbenen «Woche» ist beträchtlich.

Doch die jetzt solchermaßen reagierende Oeffentlichkeit hat weder den Verlag noch die «Woche» selig zu bedauern, sondern in hohem Maße und ausschließlich sich selbst. Deshalb, weil sie die Anstrengungen des Blattes zu seinen Lebzeiten zu wenig (durch Interesse) honoriert hat. Dieses mangelnde Interesse war wohl nur darauf zurückzuführen, daß die «Woche» den Mut hatte, zwar eine Illustrierte zu sein, aber auf Klatsch und billigen Sensationsjournalismus zu verzichten.

Solcher Verzicht macht sich in unseren Breiten nicht nur nicht bezahlt, sondern er ist materiell auf die Dauer nicht tragbar.

Wie das Unglück der «Woche» zeigt.

Doch das Leben geht weiter: Die Auflageziffern der ausländischen Kitsch-, Schund- und Sensations-Illustrierten steigen. Und auch die Zahl ihrer Abnehmer in der Schweiz steigt. In Millionen von Schweizer Heimen ist diese Lektüre vorrätig. Denn im Hause muß beginnen, was leuchten soll im Vaterland. *Bruno Knobel*

e – unglueck der woc

Energiekrise

An der Generalversammlung der Conspiration Advertising Co. in Dodge City äußerte sich der Vorsitzende des Verwaltungsrates zuversichtlich über den Geschäftsgang: «Die Verknappung in der Oelversorgung hat sich günstig auf die Ertragslage unserer Werbeagentur ausgewirkt. Gezielte Kampagnen brachten den durchschnittlichen Benzinkonsumenten zur Vernunft: Er verbrauchte weniger Benzin. Das hatte zwar in der Branche einen Umsatzrückgang zur Folge, der indessen durch höhere Preise aufgefangen werden konnte. Dafür mußte keine unserer großen Werbeaktionen – die Autorennen – infolge Benzinmangels abgesagt werden. Besonders stolz sind wir darauf, einerseits *dank* der Benzinknappheit die sogenannten «Freien Tankstellen» praktisch ausgeschaltet, anderseits *trotz* Benzinknappheit Verbrennungsmotoren weiter verbreitet zu haben. Das Investitionsprogramm unserer Kunden aus der Oel-, Reifen- und Autobranche läuft planmäßig in allen fünf Kontinenten weiter. Wir rechnen deshalb auch für das laufende Geschäftsjahr mit einem guten Abschluß, denn unsere Leistung ist immer mehr gefragt: Dienst am Kunden.» *Libero*

Bundesrat Celio sagte,

wir seien im seelischen Bereich bedenklich unterentwickelt. – Sollten wir da nicht zuständigenorts Anspruch auf angemessene Entwicklungshilfe erheben? *fis*

Vertrauen Sie der Natur. Im Birkenblut gibt sie uns ein vorzügliches Haarpflegemittel.