

Das Wunderkind

Autor(en): **Sigg, Hans**

Objektyp: **Illustration**

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

Band (Jahr): **109 (1983)**

Heft 14

PDF erstellt am: **10.07.2024**

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

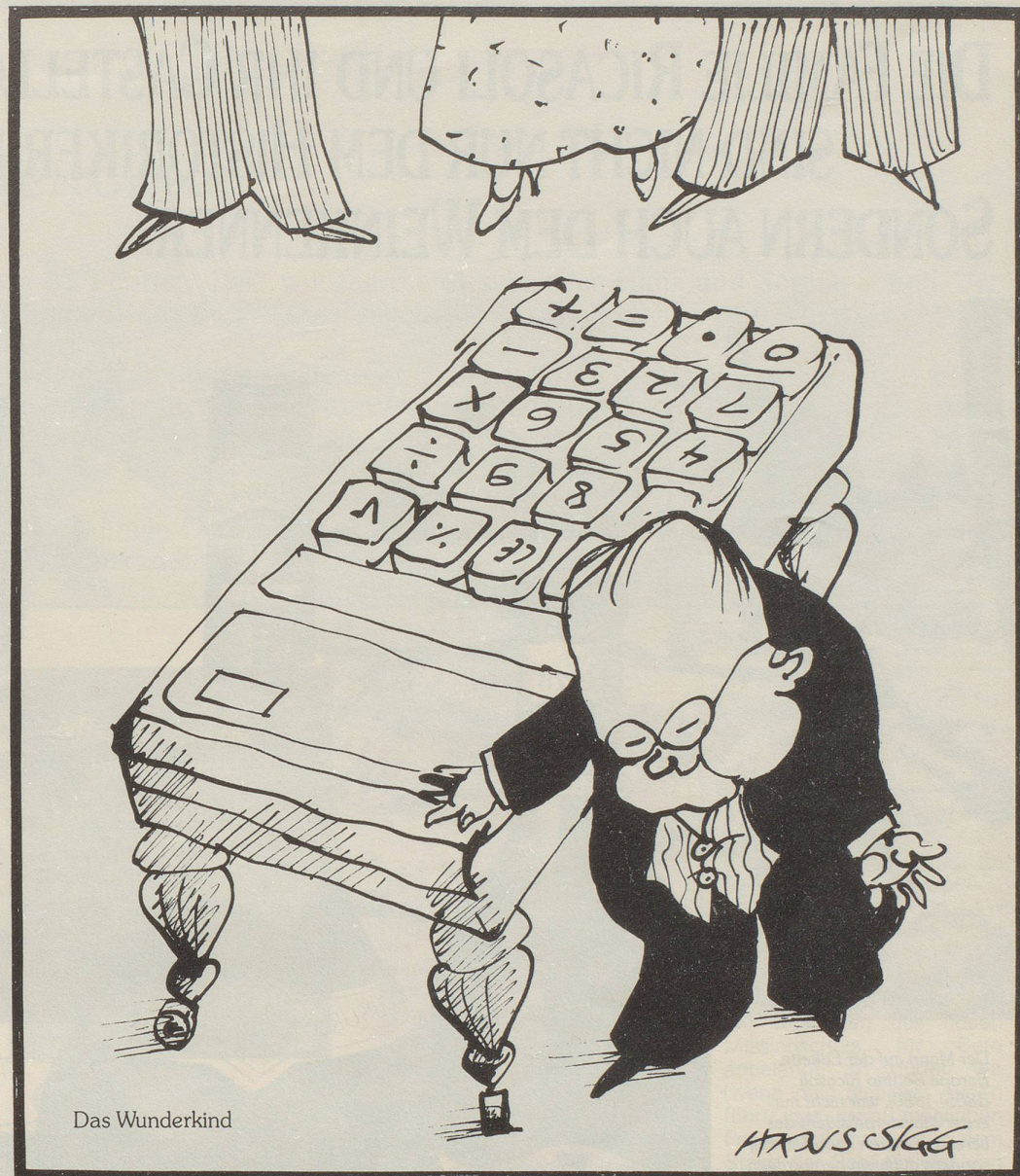
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Aufruf der Weltvereinigung der Babys

Obwohl unsere Existenzberechtigung weitverbreitet in Frage gestellt wird – das fängt schon bei der Pille und andern prophylaktischen Massnahmen an und hört beim erzwungenen Abortus auf –, sind wir nun einmal, ob erwünscht oder nicht, da und betrachten uns, wenn auch aus der Froschperspektive, als Mitglieder der menschlichen Gesellschaft.

Mit der Verbreitung des Produktions- und Konsumdenkens, wohlgeleitet und gefördert von der Werbung, wurden auch wir als Vermarktungsobjekt und Zielgruppe entdeckt. Das begann ja schon vor Jahrzehnten mit dem winzigen blutigen Negerli auf der Kollektbüchse, das beim Einwurf eines Batzens bereitwillig zu nicken pflegte und damit seiner Aufgabe gerecht wurde, mildtätige Gabenfreude zu wecken. Die Neuzeit aber beschert uns die Segnungen der modernen, raffinierten Werbetechnik. Vom unverdorbenen, natürlichen und mütterlich umsorgten Säugling wurden wir zum werbewirksamen, pöblissiträchtigen Beibi emporstilisiert und mit verkaufsfördernden Attributen ausgestattet, die vorab den sensibilisierten Konsumentinnen ans Herz gehen sollten. Wer wollte schon einem Produkt widerstehen, dessen psychologisch ausgeklügelter Werbeslogan an die Mutterinstinkte und an die kindlichen Neigungen appelliert! Wer möchte schon verheissungsvolle Streicheleinheiten, kuschelige Wärme und Zartheit ausstrahlende Wäsche oder Spielsachen, Molliges und anderes Wonneempfinden einfach ignorieren, das der Werbespot uns und unseren Müttern in Aussicht stellt? Wir wehren uns, wenn auch nicht so lautstark, gegen die Behauptung, das Shampoo «Gugus» mache unsere Härchen beibiweich und brenne nicht in den Äuglein. Wir sind auch nicht der Meinung, dass die Einweg-Windelhöschen «Tütütü» mit den Grübchen besonders fudi- und beibifreundlich sein sollen.

Dass für diese Werbung Photos von unterhalb der Windellinie verwendet werden, finden wir echt obszön und beibifeindlich. Mit dem Beibiöl ist es auch so eine Sache: Unsere Haut ist beibizart auch ohne Schmierien und Salben. Nicht zu reden von der Flut von Beibinahrung, mit der man unser feinentwickeltes Geschmacksempfinden geradezu mit Füßen tritt; denn verschiedene Müesli und Breili sind nur



Das Wunderkind

HANS SIGG

Gast: «Das ist ja eine Frechheit, in meiner Suppe schwimmt ein Hörapparat!»
Kellner: «Was haben Sie gesagt?»

Zwei Kardinäle warfen Raffael vor, er habe auf dem Bild die Gesichter von den Heiligen Petrus und Paulus zu rot gemalt. Da sagte Raffael: «Das braucht euch nicht zu verwundern. Ich habe sie gemalt, wie sie im Himmel sind und schauen werden, wie schlecht die Kirche regiert wird.»

«**W**ie nennt man die Pension eines Sängers?» – ??? –
«Schweigegehd!»

Muttis und der Wirtschaft Vorteil, schmecken uns aber grässlich.

Kurz: Man missbraucht unsere Generation zum Zwecke der Erhöhung der Wachstumsraten. Wir rufen deshalb alle Babys weltweit auf: Vereint euch im Kampf gegen die Ausbeutung und gegen den unlauteren Wettbewerb. Stimmt an zum konzentrierten Protestschrei aus der Wiege und dem Laufgitter. Unterschreibt die Volksinitiative gegen den Missbrauch und die Vermarktung der Babys!
E. Nyfeler

Äther-Blüten

Aus der Radiosendung «Musik aktuell» gepflückt: «Das Loch in der Kasse ist heute grösser als in der Zeit vor der Ergreifung der Sparmassnahmen...»
Ohohr

Dies und das

Dies gelesen: «Der Nachtclubdirektor hatte als Kostprobe aus seinem Lokal eine Striptease-Tänzerin mitgebracht, die sich aus Schleiern und Federboas herauschälte, bis ausser den hochhackigen Schuhen nur noch eine Perlenkette übrigblieb...»
Und das gedacht: Hokus-Pokus-Verschwindibus! Kobold