

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 123 (1997)  
**Heft:** 2

**Artikel:** Werbung oder Sie machen's alle  
**Autor:** Riegler, Elfie / Hansen, Gunter  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-596688>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 24.04.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

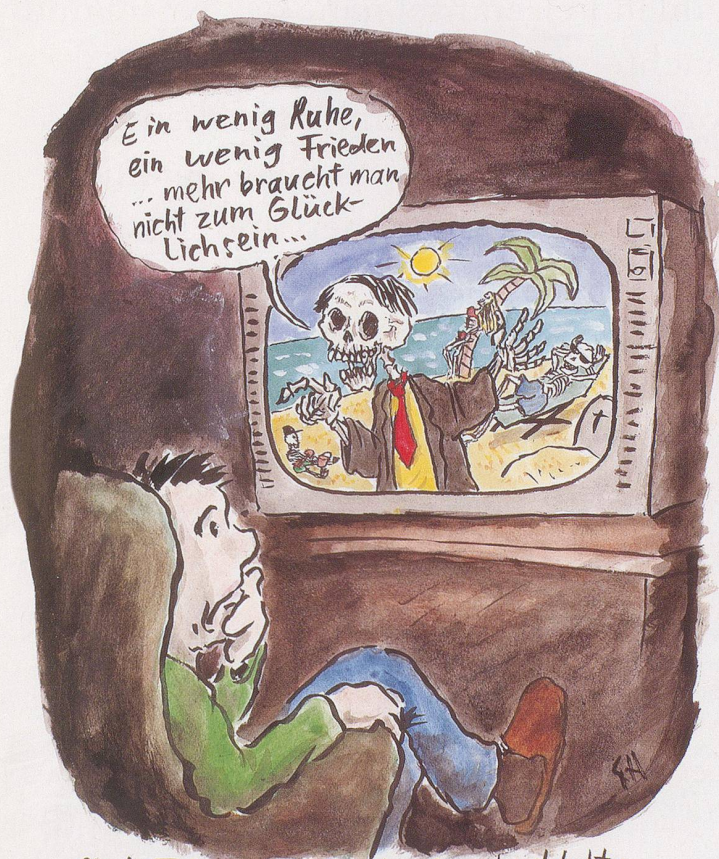


Preisfrage: Was muss der weibliche Mensch tun, um schön zu sein und zu bleiben?

Bitte kommen Sie mir nicht mit Gemeinplätzen wie *früh zu Bett, richtig ernähren, positiv denken* undsoweiter.

Denn trotz der Formel VVV (Vormitternachtsschlaf, Vegetarismus, Verzicht auf Alkohol) schlägt die Zeit erbarmungslos zu.

Nein, die richtige Antwort auf die eingangs gestellte Frage lautet: Um schön zu sein, muss die Frau ein Chemiestudium absolviert haben.



Als der Tod das Werbefernsehen für sich entdeckte.

Text: Elfie Riegler  
Illustration: Gunther Hansen

Ein kleiner Streifzug durch die Kosmetikabteilungen unserer Warenhäuser beweist: Ohne die entsprechende Vorbildung sind Sie beim Kauf eines Pflegeproduktes schon von vornherein chancenlos. Darüber hinaus benötigen Sie die Phantasie eines Science-Fiction-Autors.

Sie glauben, eine simple Nachtcreme erstanden zu haben? Irrtum! Winzige Hydroxy-Ceramide sind für Sie am Werk! Diese für das menschliche Auge unsichtbaren Ritter ohne Furcht und Tadel jagen unermüdlich die freien und unfreien Radikalen, die sich ungeniert auf Ihrem wehrlosen Teint tummeln, während Sie brav der Nachtruhe pflegen.

Tagsüber wiederum sollte Ihre Haut dem Kosmetikfabrikanten zufolge unbedingt von der innovativen Alpha-Hydroxy-Acid- (kurz AHA-) Technologie profitieren. Dieses zur Salbe mutierte Aha-Erlebnis schützt und tonifiziert vor allem die reife Epidermis (na also). Dafür sorgen in erster Linie hypoallergene Intensiv-Feuchtigkeitfaktoren, marine Wirkstoffkomponenten, embryonale Säfte und ein paar weitere unappetitliche Kleinigkeiten. So wird das mit den Jahren erworbene unliebsame ästhetische Defizit Ihres Teints perfekt ausgeglichen, und Sie sind wieder wie neu. Bei guter Pflege können Sie noch jahrelang halten.

Ringe unter den Augen? Das neue Real Genuine Timeless Eye Soother Repair Gel Force 4 (vollständiger Text an der Abendkasse) verhilft Ihnen garantiert zu einer deutlichen Verflachung des Augenzonenreliefs.

Pro-Retinol und Por-Elastyl, das beliebte Brüderpaar, reparieren und renovieren zuverlässig die durch externe und interne Aggressoren gleichermaßen geschwächten Elastinfasern, ein Phänomen, von dem nicht einmal Michelle Pfeiffer verschont bleibt.

Damit beenden wir das Kapitel Kosmetika und bewegen uns – bildlich gesprochen natürlich – auf Haushaltsartikel zu.

Denn auch diese bleiben vom Werbelatein nicht verschont. Meine neue Küchenschere zum Beispiel besitzt laut Verpackungsaufschrift *gute Schneideigenschaften*. Und das Sandkübelchen plus Schäumelchen, die ich meiner Enkelin – einer hinreissenden Strandschönheit von eineinhalb Jahren – unlängst kaufte, erhielt vom Hersteller gar das Prädikat *spielstabil*.

Ja, was soll denn eine Schere anderes tun als schneiden? Und haben Sie schon einmal einen spiellablen Sandkübel gesehen?

Wenn den Werbern die Ideen ausgehen, streuen sie uns Verbrauchern den Sand gleich pfundweise in die Augen.

Das gilt auch für Fernsehspots, in denen junge Mütter mit windelweicher Stimme betuern, die von ihnen benutzten Produkte der Marke Plempers seien ein Stück Mutterliebe, um den Popo ihres Sprösslings gewickelt.

Der Werber, der diesen Spruch kreiert hat, muss ein hochgradiger Sadist mit gestörter Mutterbeziehung sein: Man braucht ja nur einen Moment lang zu überlegen, was die lieben Babys mit dem Stück kuscheliger Mutterliebe tun, das ihnen mehrmals täglich mit den besten Wünschen für lange Trockenzeiten umgetan wird.

Es tut mir leid, und ich bitte Sie für meine Vulgarität vielmals um Vergebung, aber es gibt darauf nur eine einzige Antwort: Die lieben Kinderchen sch... drauf.