

Weiche Werber

Autor(en): **Broger, Andreas**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **126 (2000)**

Heft 12

PDF erstellt am: **11.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-601347>

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.

ORTSCHAFTEN AN DER SCHWELLE DES JAHRES

WERNER SCHMID

Musikalischer Silvesterabend	Winter-singen BL
Rutsch ins neue Jahr	Rutsch-wil ZH
Zeit des Anstossens	Prosito TI
Es wird weiter gezecht	Fras-nacht TG
Nez Rouge im Einsatz	Schaf-is-heim AG
Kater am Neujahrmorgen	Bussy FR

Weiche Werber

Zuweilen habe ich das Bedürfnis, mich selber ein bisschen zu quälen. Eine kleine, ganz private Obsession. Da ich mir eine Domina nicht leisten kann, schau ich mir die Werbeblöcke im Fernsehen an. Nun, einige Werbespots sind ja eigentlich ganz gut. Doch bisweilen frage ich mich schon, welch trübsinnige Wesen die Sachen ausbrüten, gerade zu den Festtagen. Nehmen wir den aktuellen Monchérie-Spot: da ruft eine elegant gekleidete Dame, die sich vermutlich auf einer Geschäftsreise befindet, ihren lieben Gatten zu Hause an und fragt: «Na, vermisst du mich denn sehr?» Darauf antwortet der Ehemann: «Ja, so sehr, dass ich schon all deine Monchéries aufgegessen habe!» Worauf beide fröhlich losgackern. Da stellt sich mir dann schon die Frage: Welche Frau auf Gottes schöner Erde würde sich tatsächlich darüber amüsieren, dass der verfressene Gatte ihr sämtliche Pralinen weggemampft hat? Oder eine andere Frage: Welcher Idiot käme auf die hirnrissige Idee, seine sehlichst vermisste Gattin mit einer derart dämlichen Bemerkung erheitern zu wollen? Die Antwort auf die erste Frage lautet: Keine. Die Antwort auf die Frage zwei lautet: Der Werbebe-

auftragte der Firma Monchérie. Doch vielleicht ist der Erfinder dieses Werbespots Japaner. Die sind ja so ein bisschen eigen in Sachen Humor und lachen, wenn ihnen etwas furchtbar Peinliches passiert. Oder der Erfinder kommt aus einer anderen Galaxie, wo es ein gängiger Ausdruck von Zuneigung ist, wenn man den anderen die Schokolade vom Teller frisst...

Oder haben wir es vielleicht sogar mit einem neuen gesellschaftlichen Phänomen zu tun, das in diesem Werbespot zum Ausdruck kommt. Hat da ein findiger Werbestrategie einen neuen Trend ausgemacht. Einen neuen Typus der Männlichkeit gesichert: den Monchérie-Mann. Die Zeit des wilden Marlboromannes, der mit einer Herde Filterzigaretten oder einer Packung Wildpferde einsam durch die Prärie streicht, ist längst vorbei.

Passé ist auch der sanfte Gillette-Mann, der seine gesamte Zeit damit verbringt, seine Frau zu herzen, Babys zu knuddeln und seinem frohgemuten Angestellten aufmunternd zuzulächeln. Jetzt kommt der hundsgemeine, knallharte Monchérie-Mann, der seiner Frau heimlich die Schokolade wegfutert...

Andreas Broger



Nebi-Briefkasten

Alfred Schweizer, CH-Twann, Nr. 10/2000, Karikatur «NR-Blocher»

Mich stört, dass in der Blocher-Karikatur mit einem Hakenkreuz in Verbindung gebracht wird. Bitte steichen Sie mich von Ihrer Abo-Liste.

*

Philateli/Lichteinstein

Ihre Berichterstattung über die Briefmarken zu den Olympischen Spielen 2000 in Sydney im Nebelspalter hat uns sehr gefreut. Damit haben Sie gleichzeitig Ihrem Nebelspalter-Kollegen Rapallo die ihm zustehende Ehre erweisen können. Rapallos «Olympioniken» aus dem australischen Tierreich haben beim Publikum ein aussergewöhnlich gutes Echo gefunden.

*

Ex-SP-Präsident Helmut Hubacher schreibt ein Buch über Adolf Ogi. Die ‚SonntagsZeitung‘ (19.11.00) fragte ihn u.v.a: «Für den Nebelspalter wird das Buch wohl zu ernst, oder lassen Sie gelegentlich einen Ogi-Witz einfließen?» H. Hubacher: «Witze vergesse ich, kaum habe ich sie gehört. Und im Nebelspalter stattzufinden, würde mir stinken, weil von dem keiner mehr redet.» Da Herr Hubacher kein Nebi-Abo hat, und somit über die Entwicklung des ‚Nebelspalter‘ nicht vertraut ist, hat die Redaktion von ihm – auf telefonische Anfrage folgende Antwort bekommen: «Für mich hat der Nebi aufgehört interessant zu sein, als der Karikaturist Christoph Gloor aufhörte.»
Redaktion Nebelspalter

*

Verena Fuchs, CH-Brügg. Grossen Dank für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Nebi-Nr. 10. War von meiner Migräne genesen!

«Mit Rimuss stossed alli aa!»

Zum Fest gehört **RIMUSS**

Party Rosé Champion

Rimuss verfeinert auch Drinks, Cocktails und Fruchtsäfte.