

Hallo, Magic-Marketing! [...]

Autor(en): **Schäfli, Roland**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **136 (2010)**

Heft 10: **Nebelspalter Extra**

PDF erstellt am: **05.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-602507>

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.

Kai Schütte

Matt-Scheibe



Jay Leno, US-Late-Night-Talker: «Kathryn Bigelow gewann den Oscar mit ihrem Film über den Irak-Krieg. Aber in ihrer Dankesrede vergass sie die beiden Menschen zu erwähnen, ohne die dieser Film nicht hätte gemacht werden können: George W. Bush und Dick Cheney!»

Simone Meier, Kolumnistin des «Tages-Anzeiger» zum Ausscheiden des Sängers Michael von der Heide: «S isch jo nur es chlisches Träumli gsi.»

Daniel Leupi, Polizeivorstehender von Zürich, will eine Kurskorrektur für Fussballübertragungen in Gartenbeizen von Vorgängerin Esther Maurer – allerdings erst nach der WM. Die Zürcher dürfen also hoffen, beim nächsten Fussballfest nicht mehr «wie Tote» feiern zu müssen.



Walter Wittmann, Wirtschaftsprofessor, über die UBS-Prognose, sie sei auf dem Wege zur Erholung: «Ich kann dieses «Wir sind auf gutem Weg» nicht mehr hören. Die Banker meinen, wir sind ein Volk von Deppen. Es kann noch schlimmer kommen und ich übertreibe dabei nicht.»

Dieter Nuhr, Kabarettist, über eine geheime Verschwörungstheorie: «Die Vulkanwolke war Kachelmanns Rache!»



Courtney Love, US-Sängerin: «Ein paar Mal kam ich einer Überdosis nahe. Aber immer rettete mich irgendjemand. Einmal war es Jonny Depp.

Wir hatten nie Sex, aber immerhin hat er mich beatmet.»

Harald Schmidt in einer «ARD»-Show: «Nur noch 55 Prozent Umfragewerte für Angela Merkel. Ich sage: Das ist schlecht. Zum Glück sind in Kürze keine Bundestagswahlen, sonst müssten wir wieder den Osten fluten.»

Howard Carpendale, Gesangsstar: «Über Nacht wird man nur dann berühmt, wenn man tagsüber hart gearbeitet hat.»

Philipp Müller, FDP-Nationalrat, war aufgrund eines Missverständnisses in der Castingjury für den erotischen Bauernkalender 2011 gelandet: «Ich dachte, ich müsste Kühe bewerten.»

Hallo, Magic-Marketing!
Bisher haben wir unsere Werbung selbst gemacht, indem wir einfach die Tiere beim Bahnhof ausladen und dann quer durchs Dorf treiben und der Lokalredaktion Gratis-Billette schicken. Die neue Tournee läuft schon, allerdings merken wir sie läuft nicht so gut. Haben Sie Ideen? Herzlich, Franco Knie

Sehr geehrter Herr Knie
Es wäre uns eine Ehre, einer so renommierten nationalen Einrichtung wie dem Zirkus Knie eine Kampagne zu kreieren. Dafür würden wir tatsächlich vor Ihnen auf die Knie gehen! Kleiner Scherz, um zu zeigen, bei uns rauchen schon die Köpfe. Mit noch herzlicheren Grüßen als Sie, Magic-Marketing

Hallo, Magic-Marketing
Bitte nicht so förmlich, wir sind da im Circus ganz ungezwungen, wir würden auch füdlilblutt auftreten, wenn die glitzernden Kostüme mal aus der Mode kommen (sie kneifen übrigens im Schritt). Da der Nock heuer sein 150. feiert, haben wir vor einem Nachlassen des Medieninteresses so viel Angst wie vor einem Dreifachen ohne Netz. Cheers, Franco

Hoi Franco!
Wir verstehen hier nicht ganz, was ein Dreifacher ohne Netz ist – so etwas wie ein Dreier ohne Gummi? Haha, kleiner Scherz. Du siehst, unsere Kreativen lassen die Schlotte rauchen. Wie wärs, kannst du nicht einfach wieder mal eine Monegassin oder sonst eine Monarchin angraben? Müsste ja nicht länger dauern als die Tournee, also die Wohnwagen-Beziehung. Könnte dir dafür aber tägliche Berichterstattung im Blick garantieren.
Schönen Gruss, Magic-Marketing

Sehr geehrtes Magic-Marketing
Nun ist es mir doch lieber, wir kommen zum förmlichen Ton zurück. Die Nummer mit der Prinzessin will ich nicht noch mal machen, lieber springe ich erst in ein Bassin voll Benzin und dann durch einen Feuerreif. Nein, was wir brauchen, ist Originalität. Nicht das, was mein Bruder Rolf malt, sondern mal ganz was Neues. Verstehen Sie? Ihr F. Knie

Sehr geehrter Herr Knie, entschuldigen Sie, wenn wir in unserem letzten Mail zu jovial waren. Wir fühlten uns irgendwie schon der Knie-Familie zugehörig und konnten förmlich das Sägemehl und den Elefantkot riechen. Also: Unsere Kreativen schlagen Folgendes vor. Manege frei, wie Sie sagen würden! Knie spendet sämtliches Sägemehl, besonders geeignet zur Aufnahme von Öl, der Firma Transocean. Das lassen wir bei Greenpeace durchsickern, die Sie dafür als ökonomisch denkendes Familienunternehmen loben. Na?
Herzlich! Magic-Marketing

Da Knie bisher immer auf unpolitische Werbung setzte, weiss ich nicht, ob Magic-Marketing wirklich das richtige PR-Büro für uns ist. Wenn Ihnen keine gemässigte Lösung einfällt, werden wir leider nicht zusammenkommen. Ihr F. Knie

Fick dich ins Knie!!!
Magic-Marketing

Sehr geehrter Herr Knie
Entschuldigen Sie bitte das vorangegangene Mail, wie schnell hat man doch den «Senden»-Button gedrückt. The Show must go on, wie Sie bestimmt sagen würden, nicht wahr, Herr Knie. Unsere Kreativen habens noch mal rauchen lassen und schlagen Ihnen diesen Marketing-Clou vor: In Zürich, wo die meisten Medien sitzen, lassen Sie mal einen Elefanten laufen wie seinerzeit King Kong. Den jagt ihr dann mit Blasrohren mit Betäubungsspritzen und behauptet einfach, das Vieh habe sich losgerissen. Davon drehen Sie selbst ein schön trashiges Handy-Filmchen und schicken es als «Zuschauer-Video» an die Onlinemedien.
In freudiger Erwartung, Ihr Magic-Marketing

Hallo, Magic-Marketing! Wir haben das heute Abend mal ausprobiert. Die Elefantenkuh wollte erst gar nicht raus, weil sie doch in Gefangenschaft geboren ist. Darum versuchten wir die Kuh mit Stöcken vom Zirkus wegzutreiben. Als das nichts half, musste der Transvestit, den wir als Clown angestellt haben, sie erschrecken, das wirkte. Sabu ist gerade unterwegs quer durch Zürich und die ersten Medien berichten bereits. Elmar Ledergerber hat mir gesagt, als Event-Stadt sei man solche Paraden und grosse Kothaufen gewohnt. Herzlich, euer Franco



Tschau Franco!
Jetzt müssen wir die Geschichte weiterköcheln lassen!

Also, erstmal lehnt du jetzt alle Interviewanfragen ab, als ob ihr den Elefanten-Amok gar nicht gut fändet. Dann machst du – aufgrund der vielen Medienanfragen – doch noch eine Pressekonferenz. Und jetzt kommt der Clou: heute Abend lässt du die Sau noch mal raus! Ich meine, die Kuh. Ihr behauptet einfach, sie habe sich erneut losgerissen! Viel Spass! Magic-Marketing

Hallo, Magic-Marketing: Es war erneut schwierig, die verängstigte Sabu dazu zu bringen, nochmal «wegzulaufen». Wir haben ihr gedroht, dass Geraldine auf ihr reiten wird, und da hat der Dickhäuter wie gewünscht trompetend Reissaus genommen! Muss Schluss machen, muss gleich zur nächsten Pressekonferenz! Herzlich, Franco

Hi Frankie!
Unglaublich, welche Gratis-Werbung man von so einer Sabu für ein paar Bananen kriegt! Jetzt liesse sich die Story sogar noch weiterziehen: Die Elefantenkuh muss den Rest der Tournee hinter Gittern im Kinder-Zoo verbringen! Damit können sich Zehntausende von unverständenen Teenagern identifizieren. Wetten, dass kein Schwein jetzt noch über den Nock berichtet? Wir jedenfalls verbeugen uns nun und verlassen die Manege zum Applaus der Menge. Bye-Bye, Magic-Marketing

Hallo, Magic! Mein Bruder Rolf hat angefragt, welchem PR-Büro wir den Erfolg verdanken, und ich habe deinen Kontakt gern weitergeleitet. Rolf möchte eine ähnliche Aktion für seinen Klein-Cirkus, den Salto Natale. Leider hat er keine Viecher. Aber vielleicht könnte man einen schwulen Artisten durch die Stadt jagen? Euch wird schon was einfallen!
Schönen Gruss, Frankie