

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 84 (1958)
Heft: 25

Rubrik: Das Wort ist frei

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.](#)

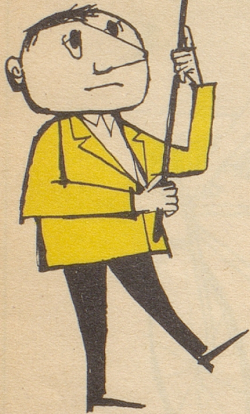
Terms of use

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: 15.05.2025

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

Das Wort ist frei



DISKUSSION UM EIN INSERAT

Dem Nebelspalter wurde untenstehend reproduziertes Inserat mehr als fünfzig Mal zugesandt, teils mit ironischen Randbemerkungen, teils mit bitterer Kritik. Auch der Nebelspalter fragte sich, was Michelangelos großartige Mosesgestalt mit der Badekostüm-Mode zu tun habe und ob man in der Verwendung großer Kunstwerke für Reklamezwecke nicht zurückhaltender sein sollte. Wir legten das fragwürdige Inserat zur Stellungnahme einem Reklamefachmann, einem Kritiker, sowie einigen Zeitungslesern vor. Hier ist das Ergebnis unserer kleinen Umfrage.

Perfektion in der Kunst — Perfektion in der Mode Badekostüme Sackform?... Nein



Meine Kollektion in taillierten Badekostümen ist auf der gleichen Basis aufgebaut wie meine Tailleurs, die diese Saison einen Riesenerfolg aufweisen. Ihre persönliche Linie kommt erstklassig zur Geltung. Alles, was nicht stilrein ist, ist Kitsch. Ob Tailleur oder Badekostüm, Sie werden die große Klasse meiner Modelle selbst feststellen können. Ich lade Sie zu einer unverbindlichen Anprobe ein!



Der Reklameberater:

Halt! ... möchte man hier rufen. Michelangelos Mosesgestalt neben einer modernen Badenixe, als Blickfang für Badekostüme — nein, das geht zu weit! Das ist geschmacklos. Die Gegenüberstellung zeugt von wenig Kulturempfinden. Der Inserat-Entwerfer beweist damit seine klägliche Ideen-Armut und seine geringe Achtung vor den großen Werken der Kunst und Literatur.

Wenn der Mann seine Badekostüme nicht auf eine ansprechendere, geschicktere Art anpreisen kann, sollte er sich nicht mit Werbung beschäftigen, sondern Kartoffeln und Kohl pflanzen. «Perfektion in der Kunst» meint der ahnungslose Textschreiber und glaubt wohl wie «originell» seine «Idee» sei. Ach, wenn er nur seine Reklame so «perfektioniert» gestalten würde.

Leider passieren in der vielgestaltigen Welt der Reklame hin und wieder solche üblen Entgleisungen, die dem Ruf der Werbung schaden. Jeder verantwortungsbewußte Reklameberater oder Reklamechef wird Auswüchse dieser Art verurteilen. Und der größte Teil der Konsumenten auch. Das bestärkt uns immer wieder für eine saubere, anständige Reklame einzutreten.

Karl Erny BSR, Zürich

Der Kritiker:

Es gibt Schlimmeres! Hier ist wenigstens dem Kunstwerk selbst, dem Moses des Michelangelos, nichts anderes geschehen, als daß neben ihm ein Mädchen steht, was ihm in der römischen Kirche, darin er wirklich sitzt, täglich unzählige Male vorkommt, allerdings in andern Kostüm — des Mädchens. Warum man gerade den

Moses als Parallele zu dieser Badeschönheit gewählt hat, darüber kann man sich des Ratens befleißigen. Vielleicht wegen des gehörnten Kopfs? Um darauf hinzuweisen, daß es jedem, der sich um sie bemüht, ebenso gehen könnte? Aber zur Aufregung sehe ich keinen Grund. Ich habe so viele vollendete Kunstwerke in der Nähe von schrecklichen Menschen gesehen, die sie bewunderten, wobei sie — die Kunstwerke — einem wegen der schlechten Gesellschaft, in der sie sich da befanden, hätten leid tun können. Denken Sie sich doch den Hitler in Anschauung der Mona Lisa! — Aber die Kunstwerke haben eine gläserne Wand um sich und es ist schwer, sie zu beschmutzen.

WHY? does this Miss smile so contentedly?



BECAUSE every morning she takes SMITH'S FAMOUS LAXATIVE PILLS. Our pills keep an entire Continent smiling! Every man, woman and child in America runs after our pills. Try them once, and you will smile like this lady!

Doch da wir gerade von der Mona Lisa reden, so will ich Ihnen dieses Bildchen schicken, wo die Reklame allerdings Unanständiges und Abscheuliches angerichtet hat. Immerhin ist auch da die erste und entschuldigende Wirkung: Gelächter!

Otto Maag, Basel

Einige Zeitungsleser:

Moses schlug mit seinem Stab Wasser aus dem Felsen. Wenn der berechnende Mann mit der Perfektion in der Mode meint, er mache uns mit seinem Pendant zu Moses den Mund wässrig, dann täuscht er sich. Nur eines begreifen wir angesichts dieser kitschigen Gegenüberstellung leichter: Moses standen die Haare zu Berge, als er mit den Gesetzestafeln vom Berg Sinai heruntersteigend wahrnehmen mußte, wie die Leute das goldene Kalb umtanzten. Michelangelo aber würde uns frösten: Ein Kalb mehr oder weniger, was macht's schon.

W. K., Frauenfeld

Wehe uns armen Zeitungslesern! Werbetexter, die diesen Titel zu Unrecht führen, begnügen sich nicht damit, die Sprache für ihre Zwecke zu mißbrauchen, sie haben nun auch die bildende Kunst entdeckt. Die Venus von Milo als Busenhalterreklame — was läge näher? Aber Michelangelos erhabene Mosesgestalt vom Grabmal



«Nein danke — seit 14 Tagen bin ich Nichtraucher!»

«Wie haben Sie das bei Ihrer Raucherleidenschaft fertiggebracht?»
«Ganz mühelos mit

NICOSOLVEN

dem ärztlich empfohlenen Medikament.»

Kurpackung Fr. 20.25 in allen Apotheken
Prospekte unverbindlich durch
Medicallie G.m.b.H. Casima/Tessin

Julius II. in Verbindung mit einer leicht bekleideten Badenixe zu zeigen, ist doch der Gipfel an Geschmacklosigkeit! Dazu heißt es im Text: alles, was nicht stilrein ist, ist Kitsch. Man mache sich den Vers dazu selbst

Frau T. R., Aarau

Moses zerschmettert voll Zorn die Gesetzestafeln, als er sein Volk um das Goldene Kalb tanzen sah. Der Götze von heute heißt: Geschäft, Geschäft! In welche Raserei würde Moses geraten, wenn er die obige Reklame sehen könnte!

Frau A. G., Biel

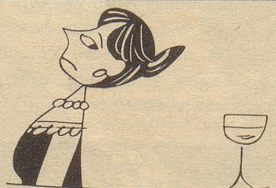
Es zeugt für eine erschreckende Armut des Geistes und vor allem des Herzens, wenn die Geschäftsreklame für ihre Werbezwecke das Ehrwürdige und Erhabene mißbraucht. Aber vielleicht tragen wir alle Schuld an diesem Geschehen. Begonnen hat es mit dem Christbaum im Schaufenster. Jenem einst so geheimnisvollem Christbaum, der plötzlich, wie vom Himmel gefallen, in seinem märchenhaften Glanz in der Stube stand.

E. Sch., Grono

Wo bleibt da die Ehrfurcht vor dem Kunstwerk? Eine solche Geschmacklosigkeit ist bedauerlich.

R. B., St. Gallen

Einsendungen für diese Seite sind unter dem Kennwort «Das Wort ist frei» erbeten an die Textredaktion des Nebelspalters, Rorschach. Diskussionsbeiträge sollten nicht mehr als 40 Schreibmaschinenzeilen umfassen. Auch in der freien Aussprache gilt: In der Kürze liegt die Würze! Wem darf der Nebel in der nächsten Nummer das Wort geben? Das Wort ist frei!



(Einen Treffer hätte mancher nötig!)

11. Juli

Ziehung Interkantonale Landes-Lotterie