Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 111 (1985)
Heft: 10

Artikel: "Social Marketing"
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-604246

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

«Social Marketing»

Schon der Philosoph Baruch de Spinoza (1632–1677) dachte es: «Edel sei der Mensch, hilfreich und gut.» Die gescheiten Leute, die das Sozial-Marketing als neue und einträgliche Einnahmenquelle entdeckt haben, sind über diese Erkenntnis natürlich hocherfreut. Wenn sich da kein Sinneswandel der Erdenbewohner einstellt, müsste das Geschäft des «Social Marketing» auch in den kommenden Jahrzehnten eine Wachstumsindustrie sein und kaum Risiken bergen, weil ja dafür gesorgt werden dürfte, dass es auf dieser Welt nicht eines schönen Tages keine Armen, Bedürftigen, Hungernden und Kranken mehr gibt. Ein Blick in die Geschichte genügt zur Bestätigung dieser Annahme, die keiner wissenschaftlichen Überprüfung bedarf.

Freund Computer macht es möglich, dass z.B. eine aufs Sammeln spezialisierte Firma 2,4 Millionen Adressen von Bürgern – Lukratius hat die Ehre, auch in dieser Kartei geführt zu werden – liefern kann, von denen 230000 als «spendenwillig» gelten. Ob die Zahl der Spendenwilligen in den letzten Jahren zu- oder abgenommen hat, wird nicht verraten. Wir kennen auch keine Vergleichszahlen aus den Nachbarländern, um uns in der Sonne der Spendefreudigkeit allenfalls wärmen zu können; dabei möchten wir doch wissen, wie zugeknöpft die andern sind ...

Neben ihren philanthropischen Zielen müssen die Manager des Social Marketing auch die eigene Kasse im Auge behalten, weil bis siebzig Prozent des Wohltätigkeitsfrankens – so nach einem Bericht in der «NZZ» vom 21. Dezember 1984 – «für EDV-Adressierung, Computerbriefe, Mehrfarbenprospekte und rührige Werbeleute verbraucht» würden. Wer also in der Datenbank der professionellen Sammler ehrenvolle Aufnahme in die Kategorie der Spendenwilligen gefunden hat, der darf auch in Zukunft auf Post der Hilfswerke hoffen.

Lukratius

Max ist im Büro eingenickt und wird von seinem Chef überrascht: «Zugegeben, ich habe etwas geschlafen, Herr Direktor. Aber ich habe nur von der Firma geträumt.»

Äther-Blüten

In der Ratgeber-Sendung «Recht» war zu vernehmen: «Wer sind die tolerantesten Menschen? Die Raucher. Noch nie hat sich ein Raucher über einen Nichtraucher beschwert!»

Ohohr

Chef: «Sie halten mich wohl für einen Idioten?» Angestellter: «Nein. Aber ich kann mich irren.»

Bürospruch: «Der Student studiert, der Arbeiter arbeitet, der Chef cheffelt.»

Kürzestgeschichte

Lohn der Hilfe

Ich gab ein Blinkzeichen, um der Polizei, meinem Freund und Helfer, auch einmal etwas an die Hand zu gehen, und bewirkte auch, dass jeder entgegenkommende Autofahrer die Geschwindigkeitslimite korrekt einhielt. Was wollen wir mehr, sagte ich mir. Die Polizei wollte vierzig Franken.

Heinrich Wiesner