

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 118 (1992)
Heft: 46

Rubrik: Übrigens wussten Sie schon...

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: 30.04.2025

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

Auch die Medizin bietet da unglaubliche Möglichkeiten. Man denke nur an die ungezählten Viren. Mit ein wenig Sponsoring zur rechten Zeit hätte sich zum Beispiel ein Sportartikelhersteller weltweite und langanhaltende Publicity verschaffen können. Niemand würde heute von Herpes sprechen (was bedeutet das überhaupt?), statt dessen wäre der Adidas-Virus in aller Munde.

Auch und erst recht die Archäologie bietet verblüffende Möglichkeiten. Wenn man sich nur vorstellt, dass es statt der Cheopsheute eine SKA-Pyramide gäbe (würde dazu noch saugut zu ihren Anlagefonds passen), muss es doch gewissen Leuten in verschiedensten Führungsetagen die Tränen in die Augen treiben.

Was gibt es denn Grossartigeres, als Werbung in die Weltgeschichte einfließen zu lassen und einen Markennamen zu Allgemeinut umzugestalten?!

Ein Produkt allein genügt nämlich meist nicht; nur in den allerwenigsten Fällen gelingt es diesem, sich in die Umgangssprache einzunisten, wie etwa Aspirin, Knorr, Maggi und Heroin (ein Markenname von Bayer).

Wie hat Ihnen Don Xerox gefallen?

Das Vereinnahmen der Wissenschaft hingegen würde gewisse Namen geradezu im Gedächtnis zementieren, und kein Bildungsbürger könnte es sich mehr leisten, mindestens zweitausend Markennamen ständig präsent zu haben, was ein wirklich unglaublicher Vorteil gegenüber dem Kultur-Sponsoring wäre.

Geht man nämlich in den Don Giovanni, dann geht man primär in die Oper und nicht in eine von Saab oder Rank Xerox gesponserte Veranstaltung. Und erinnert sich der Musikliebhaber schwelgerisch an den Abend zurück, dann gewiss nicht, weil im

Übrigens wussten Sie schon ...
... dass der Siedepunkt kein Satzzeichen ist?

Foyer ein Kopierer bzw. ein Auto stand.

Spräche er hingegen über die Chaos-Theorie (sehr beliebt im Moment), und wäre Science Sponsoring früh genug zur Anwendung gekommen, würde man bei chaotischen Computergraphiken vielleicht nicht von Apfel-, sondern von Swatchmännchen sprechen.

Falls Sie immer noch nicht überzeugt sind: Denken Sie doch mal an den Tyrannosaurus Rex – und stellen Sie sich dabei vor, Porsche hätte seinerzeit die Paläontologen gesponsert, die das Vieh entdeckt und benannt haben.

Wetten, dass Porsche mit einem Porsche-saurus Rex jetzt nicht in einer Krise stecken würde?

Eben.

Reklame

SAXER & PARTNER



Der neue STABILOsensor hat als erster Tintenfeinschreiber eine vollständig gefederte, sanft gleitende Spitze.

Die passt sich dem Papier und Ihren persönlichen Schreibgewohnheiten optimal an.

Darum und dank der ergonomisch richtigen Formgebung schreiben und zeichnen Sie mit dem STABILOsensor so leicht, angenehm, präzise und ausdauernd wie nie zuvor. Sie erhalten ihn in den sechs Farben Schwarz, Rot, Blau, Grün, Pink und Lila.

GRATIS GLEITEN

Gegen dieses Inserat erhalten Sie jetzt in Ihrer Papeterie gratis einen STABILOsensor.

Schwan  **STABILO**

Generalvertretung: Hermann Kuhn Zürich, Postfach 434, 8303 Bassersdorf, 01 836 48 80