

Himmlische Werbung

Autor(en): **Etschmayer, Patrik / Stauber, Jules**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **119 (1993)**

Heft 29

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-612897>

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.

Bildauswerter bei der NASA, traute seinen Augen kaum und dem Bildmaterial noch weniger: «Eigentlich waren es ja nur Testfotos, ein paar Schnappschüsse, um das Equipment zu prüfen. Als wir dann das Ding auf einer der Aufnahmen sahen, glaubten wir zuerst an einen Fehler in der Übermittlung.» Da die Übermittlungsprotokolle aber fehlerlos waren und ein Optischer Fehler ausgeschlossen werden konnte, schloss die NASA doch auf einen bislang unentdeckten,

an beidem zweifeln. Und am Weltall. «Wir wussten, dass es sich um etwas sehr Kurioses handeln musste. Was wir aber im All sahen, übertraf alle unsere Erwartungen – einen riesigen Alu-Werbeballon, auf der einen Seite mit «Huggies Windeln halten trockener!» beschriftet, auf der anderen Seite mit «Zarte Haut dank Fineval.»

Im NASA-Zentrum jagten sich die verrücktesten Erklärungen: Die Rede war von einer «unwahrscheinlichen, aber na-

markter ist dem Projekt, im Jahr 1996 riesige Werbetafeln ins All zu schießen, zuvorgekommen. Die Werbebotschaft – obwohl von den Markennamen her völlig sinnlos – deutet ganz klar auf eine deutsche Urheberschaft hin, und auch das Styling des Ballons lässt keinen anderen Schluss zu. Offen bleibt die Frage, weshalb der Ballon hinter dem Mond versteckt gehalten wurde.

Mittlerweile hat auch dieses Rätsel gelöst werden können: Dank Nachforschungen des wissenschaftlichen Dienstes der Stadtpolizei Zürich – drei Experten wurden während zwei Wochen im All ausgesetzt – konnte der Täter Mitte letzter Woche ermittelt werden. Aufgrund erster Einvernahmen steht bereits heute fest, dass findige Köpfe einer kleinen Agentur schon lange daran herumgewerkelt hatten, im Weltall neue Werbefläche zu erschliessen. Der erste Test, im letzten März mit einer aserbaidjanischen Trägerrakete durchgeführt, gelang. Der Versuchsballon konnte – wie geplant – an einem unauffälligen Ort, hinter dem Mond eben, plaziert werden. Motiviert durch diesen Erfolg, plante die Agentur scheinbar, bereits im August den richtigen (Werbe-)Mond aufgehen zu lassen.

Dazu kann es trotz der Verhaftung des Initiators noch immer kommen, verbietet doch kein Gesetz der Welt, das All für Produktwerbung zu benutzen. Im Frühwinter wollen es die deutschen Werber jedenfalls noch einmal – legal – versuchen. Denn eine Aussicht ist verlockend: Dieser Werbung kann während fünf Monaten (so lange «lebt» der künstliche Mond) keine Menschenseele ausweichen. Wer immer zum Himmel blickt, wird mit Werbebotschaften konfrontiert, die pro Tag zweimal von Horizont zu Horizont ziehen.

Nachteile sehen die Werber keine. Oder jedenfalls nur einen, wie der Agenturchef sagt: Es sei dann jeden Tag Vollmond, und bei Vollmond könne er nicht schlafen.

Die vermeintlich grösste astronomische Sensation des zwanzigsten Jahrhunderts entpuppt sich als Produkt menschlicher Zivilisation.

Himmliche Werbung

VON PATRIK ETSCHMAYER

Da hat man das ganze Sonnensystem ausgeforscht, Sonden zu beinahe allen Planeten geschickt und mit Radioteleskopen die entferntesten Winkel des Weltalls ausgespäht, und nun soll sich hinter dem Mond noch ein zweiter kleinerer Begleiter unserer Erde versteckt haben? Allein der Gedanke ist absurd, hat aber amerikanische Astrologen während Monaten beschäftigt!

Anlass der grossen Verwirrung war eine zufällige Entdeckung des NASA-Sonnenbeobachtungssatelliten NS-231-C, der im Frühsommer ein rund fünfzig Kilometer langes und fünf Kilometer hohes Objekt auf der erdfernen Seite des Mondes ausmachte. Pete Greene,

beinahe lächerlich kleinen Planeten.

Faszinierend waren erst die Bilder des Hubble-Weltraumteleskopes: Deren Auswertungen liessen die Wissenschaftler erst an ihren Geräten, dann an ihrem Verstand und schliesslich

türlichen Erscheinung», von einem UFO, aber auch von einer «Litfasssäule einer ausserirdischen Zivilisation».

Die einzige richtige Erklärung folgte erst Monate später: Irgend jemand aus dem Kreis amerikanischer Weltallver-



JULES STAUBER

STAUBER

REKLAME

Warum

lachen wir nicht über die Krankenkassen, wo uns doch die Gesundheit viel teurer ist?

Paul Gmür
Albergo Brè Paese
6979 Brè s. Lugano
Tel. 091/51 47 61