

Werbe-Wirkung

Autor(en): **Martens, Joachim**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **128 (2002)**

Heft 1

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-597455>

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.

Der totale Werbewahn

IRENE BUSCH

Tante Trudi lebt allein. Sie kriegt Besuch von Max. Der trägt ihren Schlüssel um den Hals und steht auf Werbung. Er ist zehn und legt Wert auf Markenklamotten. «Ohne Label bist du out», ist sein Motto. Gestern kam er mit blauer Haartolle. «Symbol für Coolness. Werbemässiger Hit», sagte er. Tante Trudi fand es traurig, dass Leute sich so verführen liessen. Max lächelte müde und wollte Quark. «Den von der Amifirma. Wo das Girl sich den Finger ableckt. Affengeil!» Er bekam keinen Quark. Da schwirrte er ab. Tante Trudi liess sich in einen Sessel fallen. Zum Teufel mit dem Werbequatsch! Sie schaltete TV ein. Eine Moderatorin sagte: «Wieder im Kino. Das Mädchen Dilan. Der Film spielt in der östlichen Türkei. Innen dunkle Räume. Aussen wilde Natur.» Sie sah sich einen Ausschnitt daraus an. Dann ging sie schlafen und träumte von dem Mädchen Dilan. Morgens las sie in der Zeitung: «Wieder im Kino. Das Mädchen Dilan. Der Film spielt in der östlichen Türkei. Innen dunkle

Räume. Aussen wilde Natur.» Ärgerlich knüllte sie das Blatt zusammen, stellte das Radio an und hörte: «Das Mädchen Dilan. Der Film spielt in der östlichen Türkei. Innen dunkle Räume. Aussen...» Zitternd drehte Tante Trudi den Ton leise und rief: «Ja, ja, ja – ich gehe heute Abend ins Kino. Ehrenwort!!!». Das hörte Max, der gerade eintrat. «Ich komme mit», sagte er, sah sich im Zimmer um und kapierte. TV, Zeitung, Radio... Er grinste: «Du hast den totalen Werbewahn, liebe Tante. Ein Glück. Nun weisst du endlich wie das ist.» Aus seiner Hosentasche zog er einen Apfel und gab ihr ihn. Als sie hineinbiss, stöhnte er genüsslich: «Lecker. Schmeckt paradisesisch.» Und das war schon wieder Werbung. Mit einem Apfel im Paradies hat schliesslich die Verführung mal begonnen. Doch das haben die meisten vergessen.

Anruf kurz vor Mitternacht

Die Mitternacht zog näher schon, da klingelte mein Telefon.
Das Ohr am Hörer schimpfte ich: «Wer bist du, Bursche? Bitte sprich!»
Erst spruzzelt es, dann tönt der Hörer: «Ich bin es. Gott. Der Weltzerstörer. Vernimm den Spruch für deinesgleichen: Ich hab' sie satt, die vielen Leichen! Ab heute heisst es: Nicht mehr töten! Sonst geht ihr alle morgen flöten!»
Ich lachte und schmiss ihn aus der Leitung.
Das Wichtige steht morgen zwischen der Werbung doch wieso in der Zeitung...

Wolfgang Reus



„WERDEN SIE VON ADIDAS GESPONSERT?“

JÖRG KÖHNIG

Bubu's Kürzesthörspiel

«Nur drei von zehn Männern wechseln täglich die Unterhose», las Müller-Kleinschnitt auf der Titelseite der Frauenzeitschrift Paula, die er eingeklemmt zwischen seinen Knien heimlich während der Bürozeit studierte. Fest entschlossen, nicht aus der Statistik zu fallen, schrieb er hastig einen Zettel: «Bin beim Arzt», raste zu «Wulwörns» und erstand die beiden teuersten Modelle mit Schlitz und aus Seide, um endlich drei Unterhosen zu besitzen.

Wolfgang Buchinger

Werbe-Reim für ein bekanntes Kräuterschnapsprodukt

Der Uhu sitzt auf einem Ast,
der Förster macht darunter Rast.

Der Förster greift in seine Tasche
und entnimmt ihr eine Flasche,

öffnet sie und schaut hinein.

Der Uhu hebt sein linkes Bein,

und auf des Försters Mütze scheidet er.

Der Förster trinkt den «Jägermeister».

Der Uhu ruft ganz leis «Schuhuu!».

Der Förster macht die Flasche zu.

Der Uhu fliegt davon zur Jagd.

Der Förster grinst bei sich und sagt:

«Prosit, wohl bekomm es euch!»

Und verschwindet im Gesträuch.

Jan Kaiser

Werbe-Wirkung

Die Werbung macht damit bekannt, was «in» ist und was relevant. Das Graue wird da schillernd-bunt und hochgepresen jeder Schund.

Der Kunde, der geblendet ist, kauft – mit Verlaub – den letzten Mist. Ihm wird so manches vorgegaukelt, am Ende fühlt er sich verschaukelt...

...und denkt an Sokrates, der in Athen mehr als vermutet, hatt' gesch'n. Wie viel gibt's doch, das war sein Schluss, was ich bestimmt nicht haben muss.

Joachim Martens

Die Werbung und die Mode

Du willst wer sein in dieser Welt, leitest dir viel für teures Geld, gehörst dazu und bist dabei, du fühlst dich stark und glaubst dich frei.

Du meinst, du hättest was zu sagen, du fährst auch einen teuren Wagen, du kleidest dich mit weissem Kragen, und weisst Antwort auf alle Fragen.

Du fühlst dich auf der Autobahn und fährst mit einem Affenzahn, versnobt, gestylt, im Zukunftsrausch, genau nach Karriereplan.

Merkst du denn nicht, dass man dich lenkt, dass keiner wirklich an dich denkt?

Du bist ein Opfer dieser Welt, denn in ihr zählt nur Geld, Geld, Geld.

Du glaubst du kennst den Sinn des Lebens, doch glaube mir, du rennst vergebens. Halt an, kehr um und find dein Glück, es rennt dir nach, drum kehr zurück.

Zu feig bist du es nur zu wagen, doch eines lass dir dennoch sagen: Die Werbung und die Mode, sie hetzen dich zu Tode!

Peter Flüeler
NEBELSPALTER 1/2002 41