

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 77 (1951)  
**Heft:** 27

## Werbung

### 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:** 01.04.2025

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



# PHILIUS KOMMENTIERT

Kürzlich ist in einigen Zeitungen die Ankündigung eines Polohemdes erschienen, und zwar handelt es sich um die Werbeaktion einer durchaus achtbaren Firma. Von diesem Polohemd wird gesagt, daß es mit originellen amerikanischen Palmen- und Phantasie-Dessins versehen sei und sich ausgezeichnet für Sport und Ferien eigne. Dagegen wird niemand etwas einzuwenden haben.

Nun aber hat man diesem Polohemd einen Namen gegeben. Man weiß, daß Kaufleute, die ihr Produkt taufen, sehr oft in der Wahl des Namens eine unglückliche Hand haben. Zigarren und Korsetts werden mit Vorliebe mit Namen aus der Kunst oder der griechischen Mythologie bedacht. Auch Beethoven-Kravatten gibt es. Auch in unserem Falle gibt die Namenswahl zur Empörung Anlaß. Das Polohemd trägt den Namen «Bikini». Ich weiß genau, was uns der Reklamemann antworten wird, nämlich, er habe mit diesem Namen keineswegs auf jenes schauerhafte Atombombenexperiment anspielen wollen, sondern lediglich auf die Palmenherrlichkeit dieser wunderschönen Insel. Man zeige uns den Werbemann, der offen zugeben wollte: «Die Atombombe ist für mich ein wirkungsvolles Werbemittel!» Wenn einer an zweifelhafte In-

stunkte appelliert, er wird es niemals zugeben.

Ich kenne den unglücklichen Mann nicht, der einen Namen, mit dem sich eines der erschütterndsten Ereignisse der Menschheitsgeschichte verbindet, zur Schmuckbezeichnung eines Polohemdes herabwürdigt, und ich will nicht ohne weiteres annehmen, er habe sich bei dieser Wahl von der Absicht leiten lassen, einfach ein Wort zu nehmen, das in aller Mund und deshalb von einer gewissen Werbewirkung sei. Es kann wirklich so sein, daß dieser Werbemann beim Nennen des Wortes «Bikini» keine anderen Assoziationen als die von Palmen und vegetabler Herrlichkeit hatte.

Aber wir werfen diesem Manne vor, daß er im Augenblick der Namenswahl das vergaß, was hinter diesem Namen als Schmerz und Tragik steht. Daß er nicht spürte, wie wenig man gerade diesen Namen zur Bezeichnung eines Kleidungsstückes verwenden darf. Daß ihm auch nicht im Entferntesten die tiefe Fragwürdigkeit seines Tuns bewußt wurde. Daß er die Spanne und himmelferne Kluft nicht erfaßt, die zwischen einem Kleidungsstück (zudem einem so mondänen) und der Vernichtung einer Insel klafft, einer Vernichtung, die mehr

ist als bloß das Ausradieren eines Inselchens: Bikini ist ein grandioses Symbol geworden, vor dem das Herz der Welt erzittert.

Entweder fühlt man das, oder man fühlt es nicht.

Es zeigt sich immer wieder, daß Leute, die um solcher Gedankenlosigkeit willen in unserer Glosse betupft werden, mit einem sanften Lächeln reagieren: «Gott, nehmen Sie, verehrter Glossierer, das pathetisch! Ich hab nicht im Entferntesten etwas Böses bezwecken wollen.»

Darauf ist nur zu sagen: Die Quelle des Übels ist nicht unbedingt nur die Absichtlichkeit, sondern auch die Gedankenlosigkeit.

\* \*

In Trossingen wurde ein Hochschulinstitut für Musik eröffnet, das von der Hohner-Stiftung getragen wird. Zunächst sind je ein Seminar für Privatmusik und für Volksmusik eröffnet worden. Die Meldung klingt hübsch und unverfänglich, aber man muß wissen, daß dieses Hochschulinstitut, das von der Hohnerstiftung (Hohner fabriziert die berühmten Handorgeln) getragen wird, sich um die Kunst der Handorgel aufbaut. Seine tiefste Tendenz ist die: die Handorgel künstlerisch zu legitimieren. Hut ab vor der Handorgel! Wir sind die letzten, die dieses Volksinstrument missen möchten, (nur dem Manne, der in meiner Nachbarschaft unter offenem Fenster sein Stück durch eine hundertmalige Wiederholung durchschleppt, wünsche ich nicht das Beste). Aber es geht nicht an, alles und auch die kleinen Dinge dadurch hoffähig zu machen, daß man ihnen ein akademisches Mäntelchen umhängt. Man darf ein Institut für die Handorgel bilden; man darf alle Handorgelfreunde der Welt zu einer handorgelnden Internationale zusammenschließen; man darf Handorgelkonzerte geben --- aber mit der Gründung eines Hochschulinstitutes, in dem die Handorgel kultiviert wird, unternimmt man doch wohl etwas zu Prätentioses. Man darf die einfachen Dinge lieben (auch die Handorgel), aber man soll ihnen nicht akademische Würde beilegen. O Welt des Unmaßes!



  
*Elwert's Hotel Central*  
**ZÜRICH**  
 an der Bahnhofbrücke  
 Die Zeit ist kurz, nur keine Lücke!  
 Flugs ins Central, Bahnhofbrücke!

  
**SANDEMAN**  
 (REGISTERED TRADE MARK)  
 Die edelste Frucht?  
 Die Weintraube!  
 Der vollendete Porto?  
**SANDEMAN**  
**SANDEMAN** Berger & Co., Langnau/Bern

QUALITÄTS - UHREN

  
**Fortis**  
 Im guten Uhrengeschäft erhältlich