

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 93 (1967)  
**Heft:** 13

**Artikel:** Sind Sie eine moderne Frau?  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-506513>

### **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:** 18.03.2025

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

# Sind Sie eine moderne Frau?



dank irgendeinem neuartigen Haarspray, anscheinend trotz Küchendampf tagelang in voller Schönheit erhalten, während meine eigenen Federn stur und widerborstig nach kürzester Zeit in ihre naturgewollte Strähnenform zurückfallen. Doch da bin ich selber schuld: entweder man entspricht eben konstitutionell den Anforderungen der Werbung, und zwar vom Scheitel bis zur Sohle, oder man bleibt für immer ein Hinterwäldler.

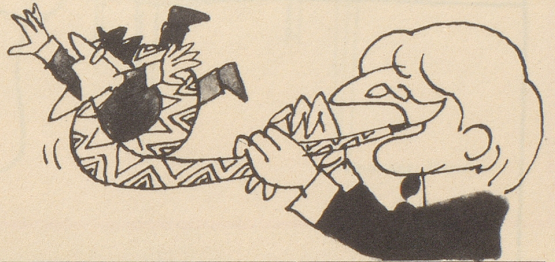
Es erstaunt uns daher auch keineswegs, wenn wir unsere Hausdame (Hausfrau ist da völlig unangebracht) etwas später zuversichtlich lächelnd am Steuer ihres Sport-

wagens erblicken. Natürlich fährt sie das zweite Auto der Familie, denn nach den unerforschlichen Gedankengängen aller Werbeleute lebt heute ohnehin jedermann nur in allerbesten Verhältnissen. Was ja auch stimmt.

Deshalb bin ich überzeugt, daß jede wirklich moderne Frau mit ihrem Haushalt ganz im Sinne der Reklame fertig wird: nämlich «spielend». Nur einige wenige, eigensinnige Reaktionärinnen – zu denen leider auch ich gehöre – haben gelegentlich etwas Mühe, in dieser Hinsicht den Anschluß zu finden an unsere großartige, neue Zeit. *Gritli*

Eine wahrhaft überflüssige Frage. Wo wir doch im zwanzigsten Jahrhundert leben und daher ausnahmslos zu jenen neuzeitlich gesinnten, aufgeschlossenen Menschen gehören, wie sie uns von den Werbefachleuten täglich in allen möglichen Varianten als Leitbilder vorgeführt werden. Ganz besonders bewundern wir jedoch die hübschen, eleganten Reklame-Damen, welche «immer nur lächeln» und niemals müde oder gar hässig sind. Es besteht kein Zweifel, daß solche Wesen wirklich existieren, denn irgendwo müssen schließlich die entsprechenden Bilder aufgenommen werden, nicht wahr? (Ich will doch sehr hoffen, solches geschehe nicht nur in Filmstudios und Fotoateliers!) Also da zeigt man uns z. B. eine nette, junge Frau, die irgendein angepriesenes Putzmittel in der Hand hält. In graziöser Haltung und ohne jede Anstrengung läßt sie dann den Putzlumpen ein einzigesmal über den Küchenboden gleiten, worauf dieser augenblicklich – ebenso wie die ganze übrige Küche! – in tadelloser Frische und Sauberkeit erstrahlt. Niemals wird uns dagegen dieselbe Dame vorgeführt, wenn sie niederkniet, um den Dreck aus den Ecken herauszukratzen. Aber vermutlich gibt es in neuzeitlichen, nach den ehernen Gesetzen des Reklamewesens erbauten Häusern überhaupt keine Ecken mehr, in denen sich Staub ansammeln kann.

Oder haben Sie etwa jemals ein solches hausfrauliches Zauberwesen bemerkt, welches bei der Arbeit ein Kopftuch trägt? Im Gegenteil – alle haben immer tolle, gepflegte Frisuren, wie sie meinem Coiffeur nicht einmal in seinen Sternstunden gelingen. Zudem bleibt diese Lockenpracht,



## Wer möchte da noch zweifeln . . .

Es lebte einst in Hameln  
ein sehr begabter Mann,  
wenn seine Pfeife rollte  
so schlug er was er wollte  
sofort in seinen Bann.

Er machte alle Leute  
im Städtlein froh und frei,  
die Sorgen, die sie hatten  
ertränkte er wie Ratten  
in einer Melodei.

Und eh es einer merkte  
im Trubel ringsumher,  
trillierte er im Gleichen  
den Armen und den Reichen  
auch noch die Taschen leer.

Wer möchte da noch zweifeln,  
wem ist es jetzt nicht klar,  
daß der verehrte Sünder  
ein frühgebor'ner Kunder  
moderner Werbung war!

*Max Mumenthaler*