

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 103 (1977)  
**Heft:** 43

**Artikel:** Blümerantes von der Modefront  
**Autor:** Heisch, Peter  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-619559>

### **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:** 30.03.2025

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

# Blümerantes von der Modefront

Ich kam nichts dafür, aber ich lese gerne Inserate. Ich habe eine ausgesprochene Schwäche für die Formulierungskünste potenter Reklamemenschen; denn ich finde, wir hätten in unserem nüchternen Zeitalter ohnehin viel zu wenig zu lachen. Unser ganzes Vakuum an Geist, Witz und Phantasie wird bald nur noch von der Werbung gefüllt. Es macht mir daher ungeheuren Spass, zu verfolgen, wie um so windungsreicher sich gewisse Reklametexte gebärden, je weniger über ein Produkt eigentlich auszusagen ist.

Deshalb hat es mich köstlich amüsiert, als ich in der Modebeilage einer Tageszeitung neulich auf die Anpreisungen einer weltbekannten Kosmetikfirma stiess, welche den Lesern eine Neuheit (Verzeihung: ich meine natürlich einen Look) von unwiderstehlicher Faszination wie den «Spice Market Colors» – die Farben des Gewürzmarktes – schmackhaft zu machen versuchte und dabei, vom verführerischen Duft offenbar zu Höhenflügen hingerissen, ins Schwärmen geriet: «Setzen Sie die Segel auf ein Meer von Zinnober. Durchqueren Sie eine Wüste von Zimmt-Sand. Kommen Sie an eine der aufregenden Strassenkreuzungen. Folgen Sie dem Wind der Phantasie, denn die Gewürzfarben sind bereit, in einem romantischen Reichtum zu explodieren, mit vollem reifem Mund, funkelnden Wangen und satt glänzenden Nägeln.» Nun, mit dem Zinnober, sagte ich mir, mag es ja durchaus seine Richtigkeit haben, aber bei der aufregenden Strassenkreuzung (im kohlenmonoxydgeschwängerten Wohlgeruch der Strassenkreuzer?) hatte ich das Gefühl, die Werbeleute hätten ihren vollen, reifen Mund doch etwas zu voll genommen, und ich war drauf und dran, angesichts dieses romantischen Reichtums vor Zorn oder Lachen zu explodieren.

Aber es kam noch bunter! Beim Weiterlesen staunte ich nicht schlecht über die empfindsame Beschreibung der 22 phantasiereichen Farben, unter denen sich erdwarmer, bronzene und kupfrige Rottöne, Pflaumenfarben, die das Glühen reifer Weine enthalten sollten, sowie Grün- und Blautöne «wie das Gefieder eines Pfaus, das Ihre Augen umfächelt», befanden. Wahrhaftig: mir begann's vor den Augen bereits zu flimmern! Wie um dem

Farbenzauber noch ein spezielles Glanzlicht aufzusetzen, wurde zu allem Ueberfluss die vielleicht aufregendste Neuheit angekündigt: der kleine Compact Spice Streaker, von dem es hiess: «Der feine Staub dieses Highlighting Powders gibt dem ganzen Gesicht einen warmen, gesunden Schimmer. Der Effekt ist so zart, dass Sie einfach nicht sehen, wo die Farbe beginnt und wo sie aufhört...»

Also wozu dann überhaupt das Ganze?!

Wie lautete der Schlusssatz dieses verführerischen Farbenexkurses doch so treffend: «Diese neue Herbstmode ist zu aufregend, als dass man das letztjährige Make-up verwenden könnte.»

Dem bliebe nur noch hinzuzufügen: Man würde ja sonst womöglich das Gesicht verlieren und als Kosmetikfirma zugeben

müssen, dass einem nichts Neues mehr einfällt. Am schlimmsten trifft mich dabei allerdings die Vorstellung, dass all diese bered-samen Verführungskünste dazu dienen sollen, die Frauen damit hereinzulegen, in der eiteln Hoffnung, wir Männer würden letztlich wiederum auf sie hereinfallen. Kein Wunder, dass im Herbst die Blätter fallen!



## Berggebet an einen Multi

«Allmächtiger, mach dass Dein Zweigbetrieb im Tal unten nicht eingeht!»