

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 112 (1986)
Heft: 14

Artikel: Tam-Island in schönsten Farben
Autor: Gerhard, Hans Peter / Borer, Johannes
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-604224>

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: 19.03.2025

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

Tam-Island in schönsten Farben

Als eifriger Konsument von Presseerzeugnissen stiess ich kürzlich auf ein bemerkenswertes Inserat. Gekonnt liess darin der Texter ein Ferienparadies von einzigartigem Charme entstehen. Eine Insel, die all das bietet, was sämtliche Adriastrände eingebüsst haben: Sauberes Wasser

Von Hans Peter Gerhard

und Kleinhotels zu diskutablen Preisen. Ich forderte Unterlagen an. Vierfarbig wurde mir Tam-Island in allen Einzelheiten geschildert. Die telefonische Anfrage ergab, dass ich bereits für den folgenden Tag buchen konnte. Eine Riesenfreude überkam mich. Ich packte meine Koffer und fuhr zum Flughafen.

Dort platzte die Seifenblase: Ein freundlicher Herr bat mich und die andern Reisenden zu einem Drink an die Bar. Er hatte grösste Mühe, die aufgebrachte Gesellschaft zu beschwichtigen. Die Sachlage sei die, führte er aus, seine Agentur habe den Auftrag erhalten, Reklame zu machen für Dinge, die nicht existierten. Damit soll den Inserenten der Beweis für die durchschlagende Wirkung der Werbung geliefert werden. Wir seien sozusagen die Kronzeugen in diesem «Beweisverfahren». Er beabsichtige keineswegs, uns für blöd zu verkaufen, meinte der Mann, als ihm einige rotangelaufene Gesichter auffielen. Er bitte uns um Verzeihung und Verständnis. Die Zeitung, welche diese Aktion mit seiner Agentur lanciert hätte, würde sich uns gegenüber grosszügig verhalten. Es sei ihm eine Ehre, uns ein Dinner im Airport-Grill zu offerieren.

Je länger ich das Spiel verfolgte, desto klarer erkannte ich die Genialität dieser Idee. Ich war vom Jahrhundertgag der Branche hin. Wie konnte man diese Asse nicht bewundern!? «Meine Herren», begann ich, «Sie machen Unmögliches möglich. Sie haben mit Ihrer Kampagne das edelste aller Gefühle, die Hoffnung, beflügelt und versprochen, uns aus diesem Jammertal ins Paradies zu führen. Dafür sind wir Ihnen zu aufrichtigem Dank verpflichtet. Uns zu revanchieren ist uns ein echtes Anliegen. Sie, die keine Mühe scheuen, fortlaufend neue Bedürfnisse zu schaffen, sollen fernab von Konsum- und Karrieretrip am eigenen Leib erfahren,

welches die wahren Bedürfnisse der Menschheit sind. Sie werden nach Süden geflogen, wo Sie mit Fallschirm und Überlebenssack niedergehen. Die Reise wird natürlich über die Geschäftsspesen abgebucht. Wie viele Tage Ihnen vergönnt sind, wird Ihre Markt-

analyse an Ort und Stelle ergeben. Sollten Sie vor Ablauf Ihrer Frist eine menschliche Behausung erreichen, wird es uns freuen, von Ihnen zu hören. Andernfalls mögen Sie Trost schöpfen aus Ihren Spots. Wir zweifeln nicht, dass sich Ihr Einzug in den

Werbehimmel genauso vollziehen wird, wie Sie es hienieden propagiert haben: Schockgefroren, alufresh und eingeschweisst im Multipack.»

