

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 118 (1992)
Heft: 40

Artikel: Keine Werbebeschränkung für Aschenbecher!
Autor: Wiesner, Heinrich
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-616708>

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>

Heinrich Wiesner

Keine Werbebeschränkung für Aschenbecher!

Aus eigener Initiative hat der Verband Schweizerischer Zigarettenfabrikanten eine Vereinbarung in Kraft gesetzt, die eine Werbegrenzung in verschiedenen Bereichen vorsieht. Edgar Oehler, Präsident vom VSZ, erklärt in diesem unautorisierten Interview die Beweggründe.

Herr Oehler, wie wir aus den Medien soeben erfahren haben, soll die Tabakwerbung in der Schweiz um ein Erkleckliches eingeschränkt werden.

Edgar Oehler: Das trifft zu. Wir vom VSZ haben mit der KLV...

Immer diese Abkürzungen!

Also, der Verband Schweizerischer Zigarettenfabrikanten hat zusammen mit der Kommission für Lauterkeit in der Werbung einschneidende Werbeverbote vereinbart. Ich darf einige wenige nennen: Verboten ist Werbung auf Wasserballen, die überwiegend von Personen unter 18 Jahren benutzt werden, sowie auf annähernd 20 000 Sonnenschirmen, die aus dem Verkehr gezogen werden.

Für alle Gartenwirtschaften ein finanzieller Tiefschlag.

Auch andere sollen Opfer bringen. Weiter: Aus-senreklamen (beleuchtet und unbeleuchtet) in der Nähe von Kindergärten und Schulen. Ausgenommen sind Aschenbecher. Wir sind ja nicht schizophoren.

Ein lobenswertes Unterfangen. Die Gründe hierzu?

Sind gesellschaftspolitische Motive.

Wieder so ein flächendeckender Ausdruck, der nichts, aber auch gar nichts aussagt.

Um genauer zu werden: Wir sind es endlich leid, immer wieder mit emotionalen, unbelegbaren Vorwürfen konfrontiert zu werden.

Mit andern Worten: Werbung schadet mehr, als sie nützt.

Wenn Sie so wollen.

Insofern dürfte sich die reduzierte Werbekampagne kaum negativ auswirken.

Das ist auch unsere Annahme. Darum wird die bisher via Tabaksteuer jährlich an die AHV ausgerichtete Milliarde Franken weiterhin erfolgen können.

So viel?! Das wusste ich gar nicht.

Jetzt wissen Sie's. Im übrigen haben wir uns bisher nur deshalb so vehement gegen Werbeverbote gewehrt, weil nachgewiesenermassen in Ländern mit Werbeverbot der Konsum von Rauchwaren angestiegen ist.

Also doch eine Übung nicht ohne Hintergedanken?

Jedenfalls sind wir die erste schweizerische Wirtschaftsbranche, die sich einer Fremdkontrolle unterzieht.

Anerkennenswert, Herr Oehler. Um aber doch nochmal auf die Sache mit dem Verbot zurückzukommen. Die wirksamste Propaganda wäre konsequenterweise doch: «Allen Schweizerinnen und Schweizern ist das Rauchen untersagt.» Was mit Verbot belegt wird, reizt doch zum Übertreten desselben. Als lauterer Schweizer könnte ich diesem Slogan nicht zustimmen.

Das ehrt Sie, Herr Oehler.



Max Wey

Milliardäre haben's nicht leicht!

Es soll ja Menschen geben, die sind neidisch. Auf reiche Leute zum Beispiel. Die haben's gut, denken die Neider, die haben alles, nur keine Sorgen. Solcherart missgünstige Menschen tun gut daran, die *Schweizer Illustrierte* zu lesen. Im Interview mit Marc Rich, «Multimilliardär, Zuger Rohstoffkönig und Steuerflüchtling», wird deutlich, dass es Milliardäre nicht leicht haben, sind sie doch erstens auch nur Menschen («Ich bin ein bescheidener Mensch») und zweitens wie du und ich («Ich bin eine ganz normale Person wie Sie auch»).

«Ach, das sind doch Sprüche», werden Sie sagen. Sagen Sie das nicht. Ich zum Beispiel,

wäre ich Milliardär, ich würde mir das Feinste vom Feinen ins Haus liefern lassen. Und was tut Marc Rich? Er beschämt mich und kauft sein Gemüse eigenhändig in der Migros. Bildlegende: «Liebt junges Gemüse: Marc Rich». Und abgebildet ist nicht etwa Woody Allen, sondern der Interviewte, in der Hand eine Tomate, so rot wie sein Gesicht. Wollen wir hoffen, dass es nicht Schamröte ist; die ihm seine Aussage «Ich glaube nicht, dass ich ein Steuerhinterzieher bin» ins Gesicht getrieben hat. Die Amerikaner möchten ihn nämlich für 325 Jahre ins Gefängnis stecken, würden sie seiner habhaft.

Er indessen glaubt, er sei kein Steuerhinterzieher. Ganz sicher ist er sich nicht. Was da nachwirkt, ist offensichtlich die Unsicherheit aus seiner Jugend. Zwanzig möchte er jedenfalls nicht mehr sein, «damals war ich noch unsicher». Er hat den Amis dann noch 170 Mio. Dollar Busse und Nachsteuer bezahlt. Nun soll man das nicht überbewerten. Das ist so, als würden Sie einem Schnorrer auf der Strasse zwei Franken in die Hand drücken, damit Sie Ihre Ruhe haben. Wieso stellt sich der Mann nicht freiwillig? Dann hätte er, was er sich wünscht: «Mehr Zeit».

Die Amerikaner sähen ihn am liebsten hinter Gittern. Seine Frau Denise, von der er sich scheiden lassen will, fordert 650 Mio. Franken. Das Gemüse muss er auch selber besorgen: Der Mann ist zu bedauern.

Verstehe, wer kann, warum die *Schweizer Illustrierte* noch nicht zu Spenden aufgerufen hat.