

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 119 (1993)
Heft: 40

Artikel: Werbung ist unerwünscht, überall heisst es: Stopp der Werbung
Autor: Tillein, Helena
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-617513>

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: 24.03.2025

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

sogenannten Zielgruppen-Verzeichnis anfängt und mit dem Versand noch lange nicht beendet ist.

Die Liste der Zielgruppen ist lang und wird monatlich, täglich, ja stündlich ergänzt. Top-aktuell sind sie, die Datenbanken der Profis. Sollten Sie ab und zu angeschrieben werden mit «Herr Andrea Meier-Müller», obwohl Sie eine Dame sind, oder «Frau Werbeagentur Lüthy», greifen Sie nicht erbost zum Telefon – Computer sind auch nur Menschen.

wie viele davon für den *Nebel-spalter*, ist nicht ersichtlich. (Sollten Sie mit dieser offensichtlichen Informations-Lücke nächtelang nicht schlafen können, kontaktieren Sie bitte unsere Redaktion.)

Nur 92 Top-Restaurants

Beworben werden könnten weiter 15 Abdeckereien und 97 Abbruchunternehmen, 90 Militärverwaltungen, die hoffentlich komfortabler ausgestattet sind als gewisse Kasernen für den militärischen Nachwuchs,

mit herzigen Bildern in den Medien. Für die Katz wären die einschlägigen Spots für die vielzitierten armen Negerkinder, ihnen würde das Wasser im hungri-gen Mund zusammenlaufen angesichts der gluschtig auf Porzellan servierten Häppchen. Aber Gott sei Dank haben die armen Negerkinder in den seltensten Fällen einen Fernseher. Die Liste liesse sich fortsetzen, stehen doch – wie gesagt – über 5000 Verzeichnisse zur Wahl.

Sollten Sie sich für Yachtclub-mitglieder interessieren, lassen Sie sich gesagt sein, dass die Verzeichnisse über Anzahl und geographische Verteilung keinerlei Auskunft geben. Auch über «technisch Interessierte» (Spionage?), «Abonnenten und Interessenten von Wirtschafts-Informationen», «exklusive Clubmitglieder» und «Top-Adressen» geben Adressen-Vermittler nur telefonisch Auskunft. Warum allerdings sozial denkende Personen, Zweifamilienhausbesitzer und SkifahrerInnen als Geheim-Zahlen gehandelt werden, entzieht sich jeder logischen Überlegung. Auch Bundesräte und Parlamentarier sind verzeichnungsmässig nicht erfasst. Vielleicht liegt es daran, dass der Affenbrotbaum, unter dem die Palaver gemäss Aussagen unserer einzigen Bundesrätin stattfinden, nicht näher definiert und für die PTT also nicht zu finden ist.

Was wissen Sachverständige?

Zu denken gibt, dass 122 Sachverständige aufgelistet sind. Sachverständige, die wissen, was Sache ist. Verstehen diese 122 verständigen Menschen von allen Sachen alles? Oder nur alles von ihren Sachgebieten? Wenn ja, von welchen?

Verflixt, ich brauche Rat, ich brauche einen Sachverständigen ... am besten einen Profi, denn: «Optimale Zielgruppen gibts nur beim Experten», versichern Adressenvermittler unisono.

Werbung ist unerwünscht, überall heisst es:

Stopp der Werbung

VON HELENA TILLEIN

Klar, dass da manch einer auf Know-how, List und Listen professioneller Adressenvermittler zurückgreift.

Lassen Sie sich also zuallererst, liebe werbeunwillige Leserin, lieber Briefkastenverweigerer, belehren, dass laut einer im Mittelland angesiedelten Tageszeitung alle sich der lustigbunten Direktwerbung Verweigernden ernsthaft und mit erhobenem Zeigefinger bezichtigt werden, mit diesem unkooperativen Verhalten der sowieso schon darniederliegenden Wirtschaft meuchlings in den Rücken zu fallen.

Es geht ums Überleben

Noch ist es nicht zu spät! Entfernen Sie Ihren Kleber, das Vaterland wird es Ihnen danken. Denn, wenn die Wirtschaft serbelt, wie soll es (das Vaterland) dem einig Volk der Brüder die Brust geben? Es geht ums Überleben, will das denn nicht in Eure Köpfe?

Halten Sie sich bitte ab sofort vor Augen, dass optimales Direct Marketing mit einem

Und sollten Sie kürzlich, Leserin, Leser, arglos einen oder mehrere Gutscheine (z.B. für Wegwerfwindeln, Kernseife usw.) eingelöst haben, wundern Sie sich nicht: Aufgrund der im Gutschein eingedruckten Referenz-Nummer haben Sie ab sofort eine direkte, dialogfähige Beziehung zum Anbieter und werden in der Folge individuell und selektiv auf Ihre Interessen angesprochen.

Als Wegwerfwindel-Käuferin werden Sie unter Umständen in ein Zielgruppen-Verzeichnis junger Mütter geraten ... Ihr Pech, wenn Sie, als Seniorin und babysittende Grossmutter, den Gutschein gerade dann einlösten, als ihr jüngstes Enkelkind zu Besuch und der Windelvorrat ausgegangen war. Vertrauen Sie ganz einfach darauf, dass clevere Experten diesen Lapsus sehr schnell bemerken und Sie umgehend in ein anderes der über 5000 Zielgruppen-Verzeichnisse eingliedern werden:

92 selbständige Journalistinnen und Journalisten – 619 davon in der deutschen Schweiz – arbeiten z.B. in unserem Land;

60 Film-Regisseure, 193 Theater- und Opernhäuser, die angesichts der Subventionskürzungen den eisernen Vorhang (noch) nicht heruntergelassen haben, und 15 463 Rechtsberater, die auf allfällige Rechtsbrecher oder auf Ihre Werbesendung warten.

92 Top-Restaurants sind verzeichnet (damit steht die Liste im Widerspruch zur Bestenliste der *Weltwoche*, die jeweils 100 kulinarisch erwähnenswerte Etablissements der einschlägig interessierten Leserschaft präsentiert – oder hat etwa Beat Wüthrich seine Hausaufgaben nicht gut genug gemacht?), und in 3840 Kirchen und kirchlichen Behörden (inkl. Haas & Co.) wird christliche Nächstenliebe gepredigt. Liebessteigernd (?) und potenzhebend (!) wirken 34 Sexshops und Ehehygiene-Einzelhändler (33 davon in der deutschen Schweiz, nur einer ennet dem Röschtigraben).

63 Katzenfutter-Hersteller verköstigen Schweizers Hund und Katz mit Menüs vom Feinsten. Die solcherart vital und optimal ernährten Miggelis und Rexlis liefern den Beweis täglich