

Der Triumph der Reklame

Von **Maxl**

Die letzte Scherlwoche bringt unter der Spitzmarke „Das Ueberbrettl und – Javol“ ein Inserat, in dem Herr von Wolzogen und mehrere Mitglieder seines „Bunten Theaters“ die Vorzüge eines Haarwassers rühmen. – Wir können nun heute berichten, daß dem Waarenhaus Meier & Cie. durch fabelhafte Angebote noch Größeres gelungen ist: bedeutende Vertreter Jung-Deutschlands zur Abfaßung von Reklamen und Anerkennungen für sein neues unübertreffliches Insektenpulver „Wanzentod“ zu bewegen.

Hier ein paar Proben:

[...]

Ob in Capland –,
Ob in Lappland –,
Ob in Asien –,
Oder „Schlasien“,
Ob am Modder, –
An der Oder, –
Bei Indianern, –
Tibetanern –,
Unter Palmen, –,
Auf den Almen;

Stets hat mich von Wanzennoth
Schnell befreit Ihr „Wanzentod“!

Für meine nächste Reise nach Südamerika bitte um zwei Koffer Ihres unübertrefflichen.

Karl May

Aus: JUGEND, Nr. 28, Juni 1901, S. 465.

Texterfassung: Hans-Jürgen Düsing, November 2017