"Reklamesendungen [...]

Autor(en): **Nico [Cadsky, Klaus]**

Objekttyp: **Illustration**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **89 (1963)**

Heft 37

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

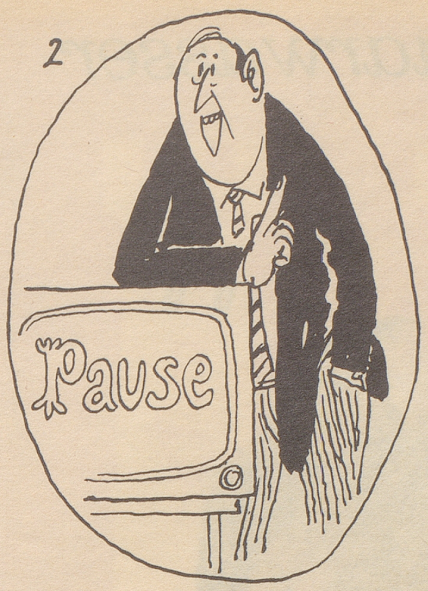
Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

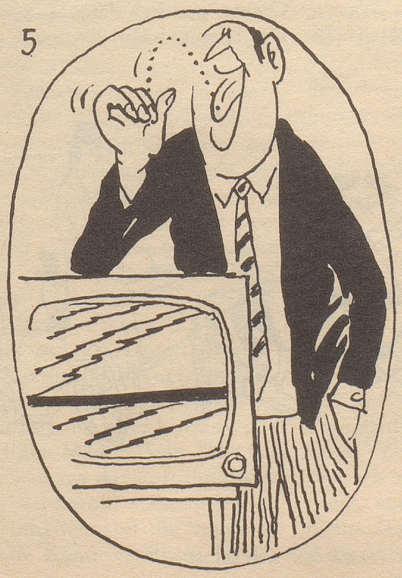
«Reklamesendungen, meine Damen und Herren, das ist der einzige Weg, um dem Schweizer Fernsehen auf die Beine zu helfen – wenigstens finanziell ...»



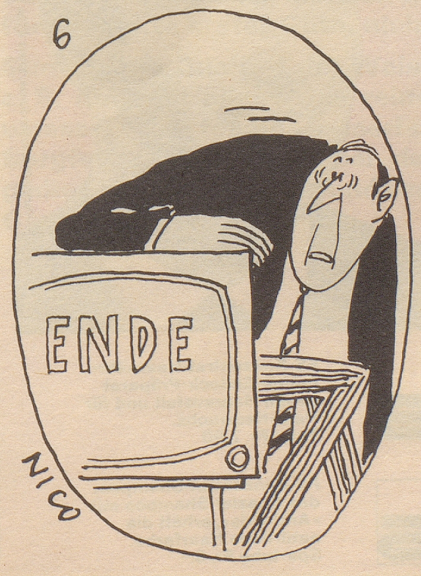
«Die Sache hat jedoch mehrere Haken, und das ist so:»

«Alkohol-Reklame kommt nicht in Frage, denn Alkohol ist schädlich, und was schädlich ist, soll nicht empfohlen werden.»

«Auch für Rauchwaren darf unter keinen Umständen geworben werden. Wegen der Lunge und so. Und man darf die Nichtraucher nicht vor den Kopf stoßen.»



«Und selbstverständlich keine Pillen-Reklame! Sie wissen ja: Pillensucht als soziales Problem. Kurz und gut: es kommt nur moralisch einwandfreie Werbung in Frage, wie Sie ja gerade sehen ..»



«Oho – schon vorbei? Nun, war sie moralisch einwandfrei?»