Der Werbe-Spott

Autor(en): **Blum, Bruno / Blum, Martin**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **113 (1987)**

Heft 37

PDF erstellt am: **06.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-619731

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.

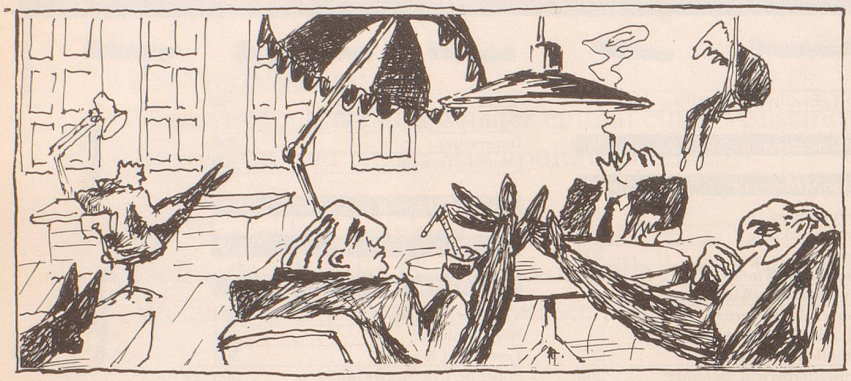
Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

DER WERBE-SPOTT

Von Bruno Blum und Martin Blum

Jeder kennt sie, jeder ärgert sich über sie, weil ohne sie die Tagesschau fünf Minuten früher beginnen könnte. Geschaut werden sie allerdings gleichwohl, nicht etwa ihrer selbst wegen, nein, natürlich nicht, sondern bloss, weil man aus Versehen den Apparat zu früh eingeschaltet hat. Und nützen tun sie eh nichts, kein halbwegs vernünftiger Mensch lässt sich doch von so was beeinflussen, ich kaufe trotzdem, was mir passt.

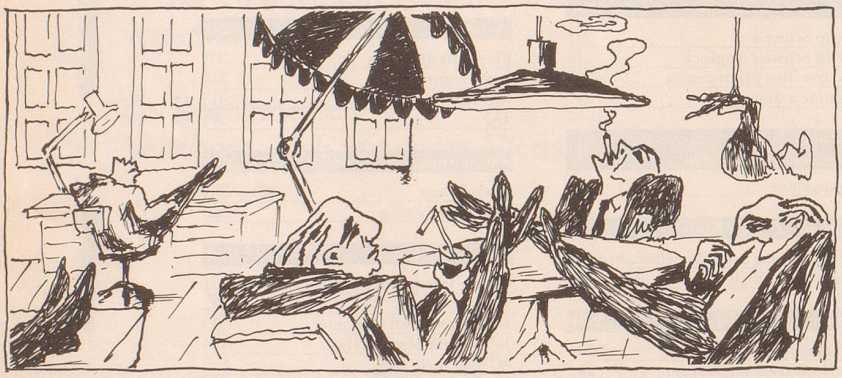


Aber auch: Gemacht werden sie trotzdem. Die Werbespots.

Von wem denn eigentlich? Und wie? Und warum kosten diese kitschigen, miesen kleinen Filmchen soviel Geld?

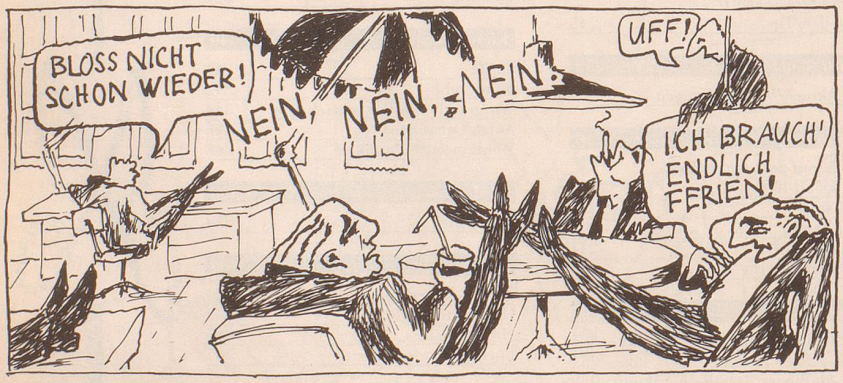
Schauen wir doch mal rein in eine Werbeagentur.

Eines sei vorweggenommen: Werbespots entstehen immer unter Zeitdruck. Unglaublich, wie hektisch...

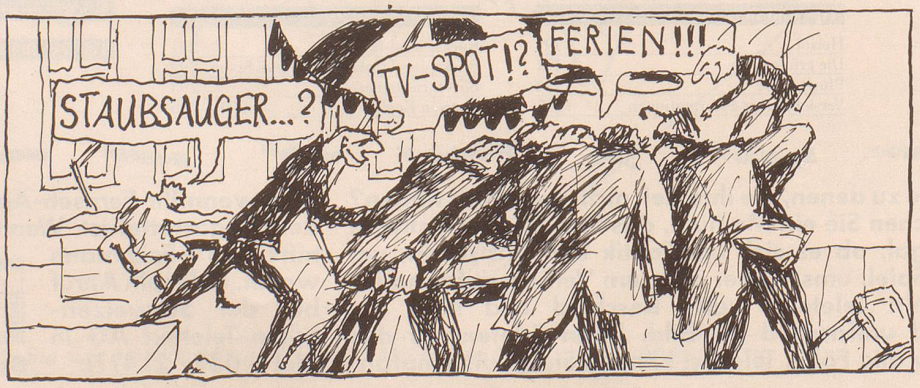


...es in einer Werbeagentur stets zu und her geht.

Trotz permanenter Überlastung wird selbstverständlich jeder Auftrag...



...mit heller Begeisterung entgegengenommen...

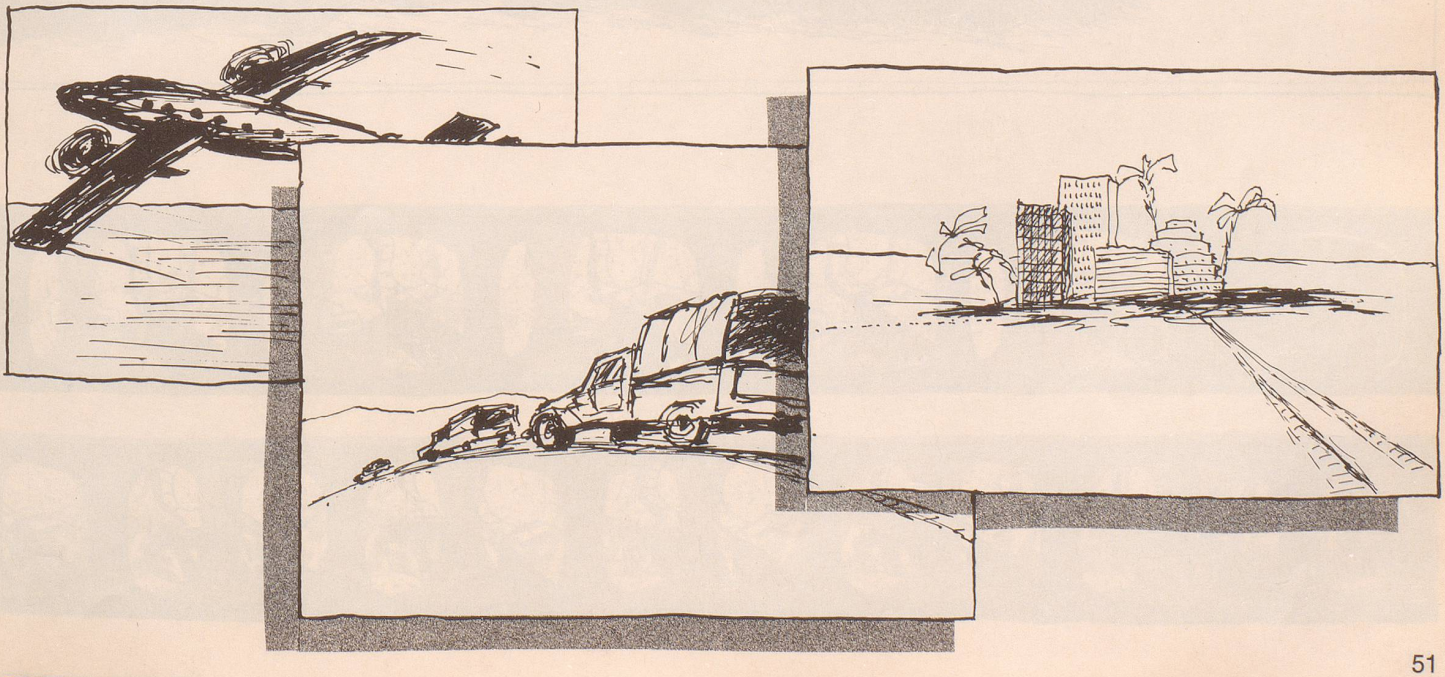


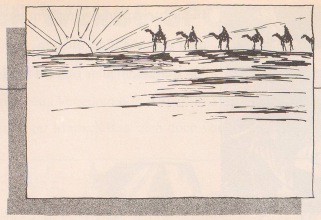
...und absolut professionell geplant.

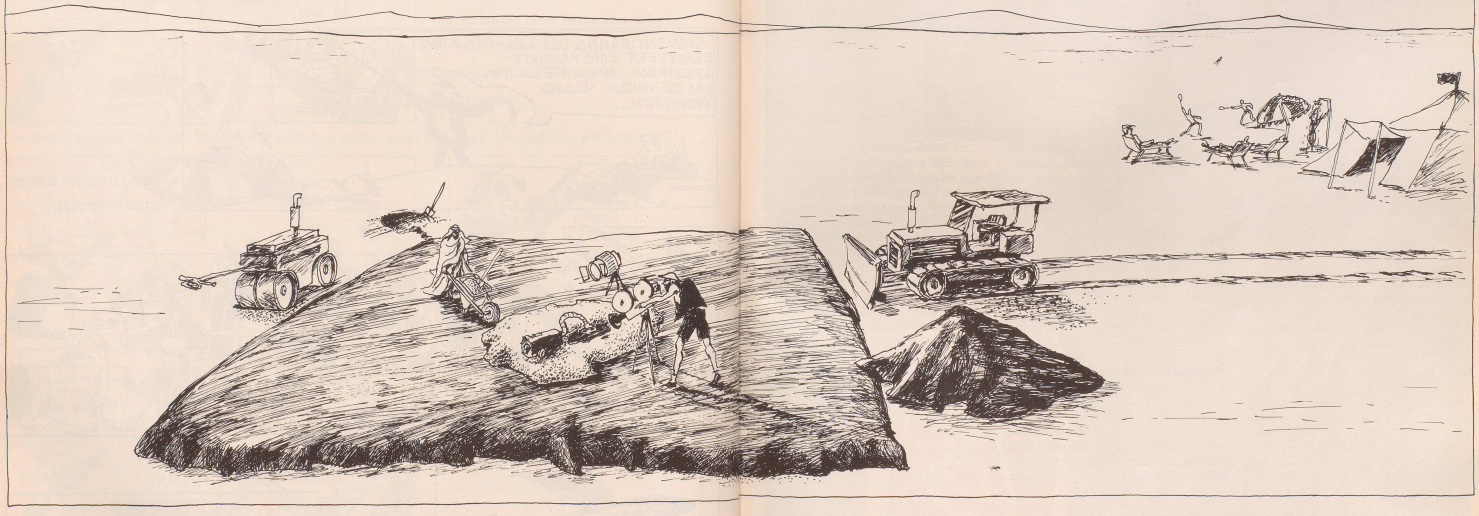
In nächtelangen Brainstormings ringt man um eine Idee, die den Vorstellungen aller gerecht wird...

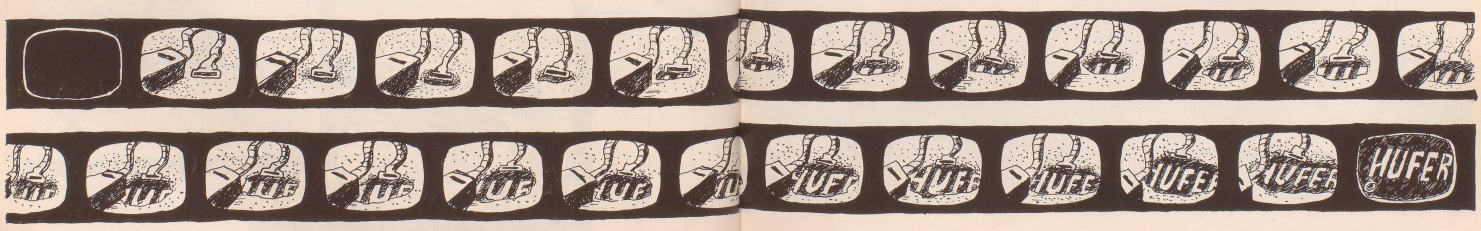
...und auch den Kunden restlos überzeugt.

Noch am gleichen Tag:








HUFER