

# Hohe Schule der Werbung

Autor(en): **Catrina, Werner**

Objekttyp: **Illustration**

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

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

Heft 37

PDF erstellt am: **09.07.2024**

## **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.

Werbung beherrscht unser Leben. Reklame ist allgegenwärtig und beeinflusst unser Handeln. Werner Catrina führt anhand von Beispielen in die Geheimnisse der Branche ein:

# Hohe Schule der Werbung

Text und Photos:  
Werner Catrina



3 Profis wissen: Alles hängt von der Wahl des Werbeträgers ab.



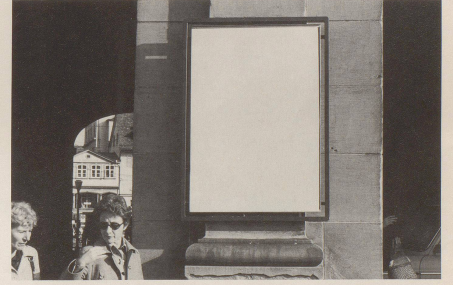
1 Subtil haben die Werbe-Psychologen hier ihre Botschaft in das Umfeld eingepasst. (Ochsenalp, Arosa, Blatschach Norden.)



4 Hochtrabende Sprüche allein garantieren freilich noch keine Beachtung.



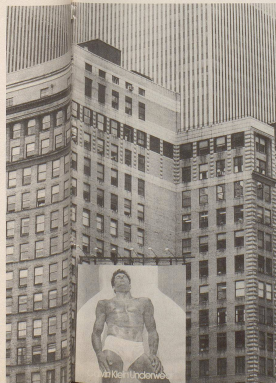
2 Raffiniert wirkt dieser gekonnt gesetzte Farbtupfer in einer öden Landschaft. (Piz dal Diavel, Schweizer Nationalpark.)



5 Neu: das einprägsame Leer-Plakat (für Werber, die im Moment gerade keine wichtige Botschaft zu verkünden haben).



6 Wichtig ist der Appell an die ausländische Kundschaft: im Bild die neu gestaltete Wegggasse in der Luzerner Altstadt.



7 Ein Geheimtipp: Sexappeal zieht immer! (Beachten Sie bitte die erotisierende Architektur.)



8 Merke: Der wache Verbraucher weiss, dass jede Werbung eine Kehrseite hat. (Ochsenalp, Arosa, Blick nach Südwesten.)