

Lieber Werber als Journalist

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

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

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

Heft 48

PDF erstellt am: **09.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-620877>

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.



Lieber Werber als Journalist

Werbekritische und Werbefreundliche referierten im Rahmen einer geschlossenen Gesellschaft des Werbeclubs Zentralschweiz vor hundert Werbern im Luzerner «National». Die LNN führten in einem Bericht über die Veranstaltung einige Zitate an. So liess ein Profiwerber wissen, er habe sich immer über den idiotischen Spruch des grossen Werbemannes Farner geärgert, der einmal das vermeintliche Bonmot prägte, mit genü-

gend Millionen liesse sich in der Schweiz auch ein «Härdöpfelsack» zum Bundesrat machen. Der gleiche Werber gestand: «Ich bin froh, Werber und nicht Journalist zu sein. Von mir verlangt kein Mensch, objektiv zu sein.» Und weil Andreas Blum, Programmdirektor Radio DRS, Werbung einmal als «geistige Umweltverschmutzung» bezeichnet hatte, formulierte der Klubpräsident konternd: «Die Werbung ist sicher ein Motor der Wirtschaft, es fehlt oft nur der Katalysator.» fhz

Wortbeispiele

Von Lothar Kaiser

Seine Unpünktlichkeit ist sein wunder Punkt.
Seine Pünktlichkeit ist ein Wunder. Punkt.

Die Gefahr ist immer mehr unsere Lebensgefährtin.

Wer überlegt, ist überlegen.

Mit Ärger wird alles noch ärger.



Ihre Jüngsten sind Ihnen lieb und teuer.