

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 113 (1987)
Heft: 37

Artikel: Der Werbe-Spott
Autor: Blum, Bruno / Blum, Martin
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-619731>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://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.

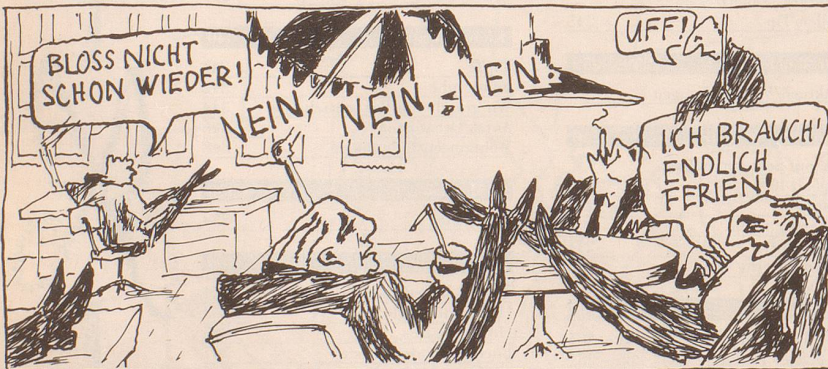
Eines sei vorweggenommen: Werbespots entstehen immer unter Zeitdruck. Unglaublich, wie hektisch...



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

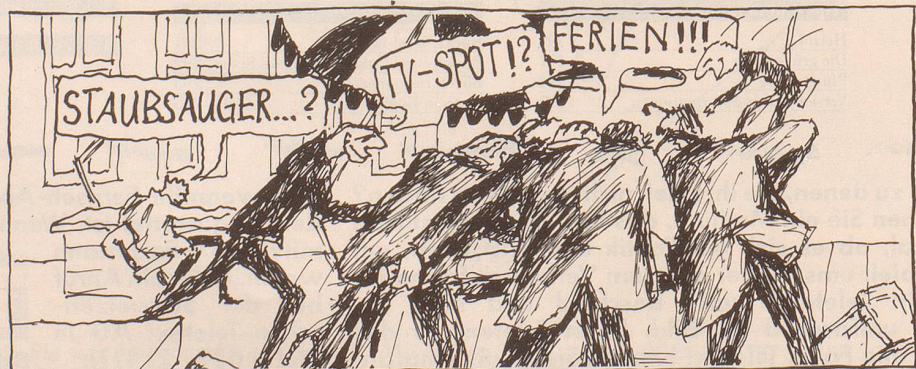


Trotz permanenter Überlastung wird selbstverständlich jeder Auftrag...



... 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:

