

Werbeverbote sind schlechte Nachrichten. Gerade für die Medien

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **119 (1993)**

Heft 30

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-613186>

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.

Werbeverbote sind schlechte Nachrichten. Gerade für die Medien.

Ohne Inserate kostet Ihre Zeitschrift ab sofort dreimal mehr. Wenn sie dann überhaupt noch erscheint, liebe Leserinnen und Leser. Denn unsere Zeitschriften und Zeitungen leben zu zwei Dritteln von der Werbung.

Auch Ihre Lieblingssendungen im Fernsehen und in den Lokalradios verschwinden, wenn Werbung noch weiter verboten wird. Verlieren würden Sie.

Werbeverbote sind ein Bumerang, der uns alle trifft. Werbeverbote sind vor allem auch eine Bevormundung. Und wir wollen keine bevormundeten Medien.

Meinen Sie nicht auch? Ohne Werbefreiheit sind Sie morgen schon wieder ein wenig weniger frei. Erlauben Sie niemandem, Ihnen noch mehr zu verbieten.

Mehr Freiheit. Weniger Verbote.

