

Objektyp: **Advertising**

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

Band (Jahr): **131 (2005)**

Heft 9

PDF erstellt am: **21.07.2024**

### **Nutzungsbedingungen**

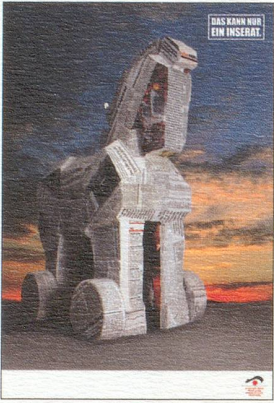
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung 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.

# Wählen Sie Ihr Lieblingsinserat und gewinnen Sie eines von drei Autos im Gesamtwert von 115'000 Franken.

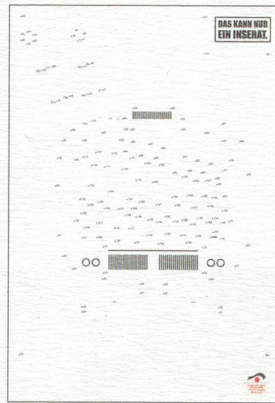
**DAS KANN NUR EIN INSERAT.**



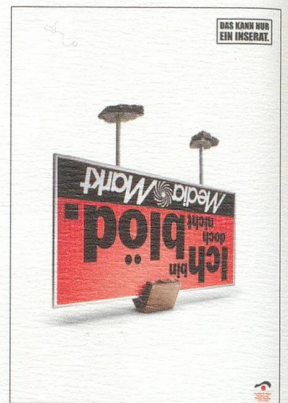
Nr. 1 (Werbeagentur Bluespirit). Ein Inserat verschafft Ihnen Zugang zu jeder Gesellschaft.



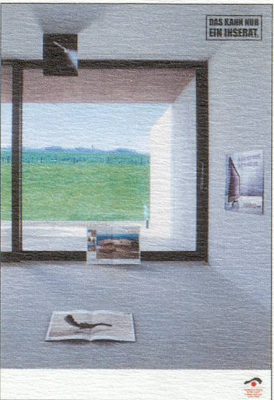
Nr. 2 (Werbeagentur TBWA/SWITZERLAND). Inserate liefern überzeugende Argumente.



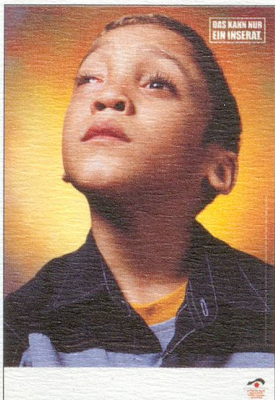
Nr. 3 (Werbeagentur metzgerlehner world-wide partners). So gesehen – leicht nachvollziehbar was ein Inserat alles kann.



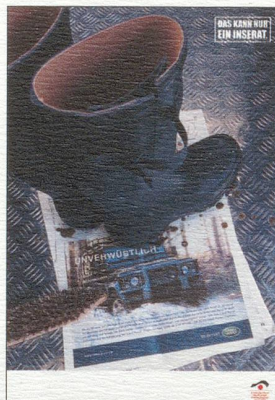
Nr. 4 (Werbeagentur Lesch+Frei). Nur ein Inserat ist so mobil wie Ihre Kunden.



Nr. 5 (Werbeagentur Pucci, Sulzer). Ein Inserat lässt sich genau da platzieren, wo es am meisten Wirkung zeigt.



Nr. 6 (Werbeagentur Burson-Marsteller). Wie dieses Inserat wirkt, zeigen Sie am besten persönlich mit Ihrer Spende: PC-2515000-6.



Nr. 7 (Werbeagentur Grendene, Ogilvy & Mather). Ein Inserat wirkt länger, als man liest.



Nr. 8 (Werbeagentur Grey Worldwide AG). Nichts bewegt Konsumenten so wie ein Inserat.



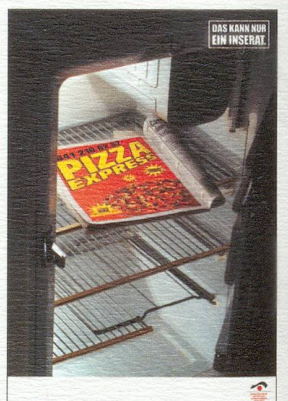
Nr. 9 (Werbeagentur Zogg, Kettiger, Gasser). Ihre Zielgruppe punktgenau erreichen und eine maximale Aufmerksamkeit generieren.



Nr. 10 (Werbeagentur Favo). Dasselbe gilt auch für Zeitschriften.



Nr. 11 (Werbeagentur JWT+H+F). Offensichtlich sind Inserate das zuverlässigste Medium, um seine Zielgruppe mit Erfolg zu erreichen.



Nr. 12 (Saatchi & Saatchi Simko). Die Wirkung einer Anzeige hat kein Verfallsdatum.

## So funktioniert.

Der Verband SCHWEIZER PRESSE und verschiedene Werbeagenturen haben in den letzten Monaten in über 100 Zeitungen und Zeitschriften Werbung fürs Inserat gemacht. Und jetzt können Sie gewinnen. So gehts: Sagen Sie uns, welches Inserat Ihnen am besten gefallen hat, und nutzen Sie die Chance beim grossen Gewinnspiel 2005 vom Verband SCHWEIZER PRESSE, eines von drei Autos zu gewinnen. Geben Sie Ihre Stimme mit diesem Coupon (abtrennen und auf eine Postkarte kleben) oder auf [www.schweizerpresse.ch/wahl](http://www.schweizerpresse.ch/wahl) ab. Teilnahmechluss ist der 7. Dezember 2005.

## Das können Sie gewinnen.

Corolla 1.8 TS, 3-türig  
(Wert CHF 35'273.-)



Avensis Sportswagon 2.4 D4 Linea Sol  
(Wert CHF 43'000.-)



Corolla Verso 2.0 D-4D Linea Sol  
(Wert CHF 36'850.-)



TODAY TOMORROW TOYOTA

## Ab die Post.

Mein Favorit ist das Inserat Nr. \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

Strasse, Nr.: \_\_\_\_\_

PLZ, Ort: \_\_\_\_\_

Auf Postkarte kleben und senden an: Verband SCHWEIZER PRESSE, «Das kann nur ein Inserat» Postfach, 8099 Zürich

Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

