Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 131 (2005)
Heft: 9

Werbung

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: 14.05.2025

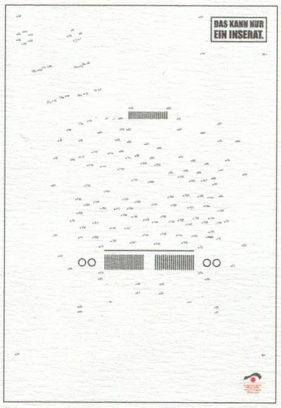
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

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

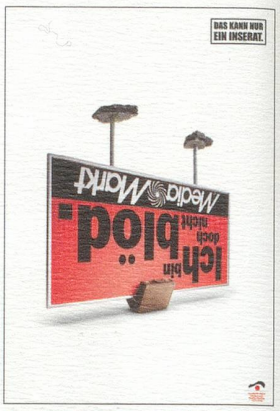
DAS KANN NUR EIN INSERAT.

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

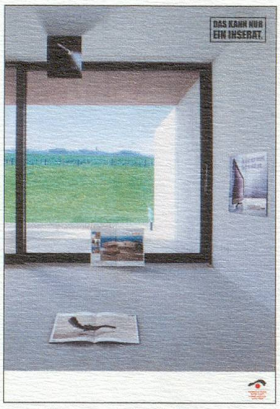
Nr. 2 (Werbeagentur TBWA\SWITZERLAND).
Inserate liefern überzeugende Argumente.



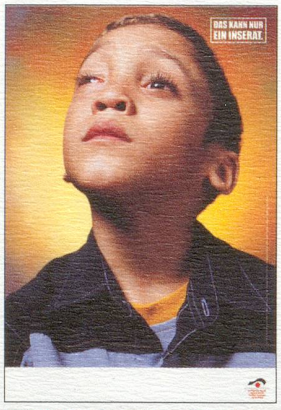
Nr. 3 (Werbeagentur metzgerlehner worldwide partners). So gesehen – leicht nachvollziehbar was ein Inserat alles kann.



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.

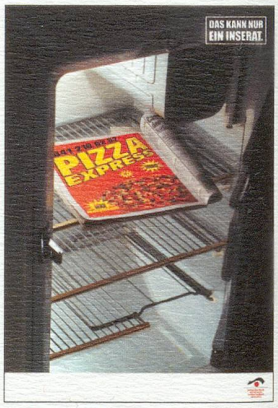
Nr. 7 (Werbeagentur Grendene, Ogilvy & Mather). Ein Inserat wirkt länger, als man liest.

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 funktionierts.

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** ab. Teilnahmeschluss 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.

SCHWEIZER PRESSE
PRESSE SUISSE
STAMPA SVIZZERA
SWISS PRESS

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.