The ethics of advertising

Autor(en): **Biland, Arnold**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Helvetia : magazine of the Swiss Society of New Zealand**

Band (Jahr): **37 (1973)**

Heft [2]

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-942156

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

THE ETHICS OF ADVERTISING

WE ALL KNOW that we judge the product we buy by its manufacturer. It has taken up to a century for some of them to achieve world standard through continued first class workmanship and unremitting vigilance over their product which eventually became known by their country of origin. So on the world's markets we talk about German Kodak, English Worsted, Swiss Watches, Dutch Tulips, N.Z. Butter, Japanese Electronic Equipment, French Wines, etc. And that's how it should be.

Only when you see advertisers using the name of another country for their own product it becomes another matter.

The most glaring example of unfair advertising appeared on our own T.V. some weeks ago. The screen showed the Matterhorn and part of Zermatt, a man in Swiss National Costume with some background jodling — and on the bottom the name of a watch made in Japan! By all means, let them advertise their watches as they have every right to do, but then use their Fujiama and a Geisha girl as their background.

Arnold Biland.