Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Saiten : Ostschweizer Kulturmagazin**

Band (Jahr): **29 (2022)**

Heft 318

PDF erstellt am: **29.05.2024**

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.

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

http://www.e-periodica.ch

Die «Sankt»-Kampagne des St.Galler Standortmarketings gefällt und provoziert – Oliver Forrer und Roman Burch von der Agentur FORB haben sie erfunden. Das Interview. Von Peter Surber
16

Heiliger Bimbam: Was «Sankt» verpasst und verschweigt – und wie Niklaus Meienberg in den 80-Jahren über St.Gallen und sein Stadtmarketing hergezogen hat. Von Matthias Fässler
20

Wer Kinder und Familie hat oder die grosse Liebe sucht, entkommt der Werbung und ihren Versprechungen nicht. Eine Kritik am Geschäft mit Liebe und Angst. Von Veronika Fischer.
28

Reklame ist allgegenwärtig – immer aufdringlicher auch mit digitalen Screens im öffentlichen Raum. Städte wie Genf verbieten jetzt kommerzielle Werbung. Ein Vorbild für St.Gallen? Von Philipp Bürkler
30

Was ist ein guter Text? Vor allem kurz muss er sein, sagen Werbeprofis. Vier Wörter sind gut, aber vielleicht genügen ja drei. Just do it! Ein Blick in die Sprache der Reklame. Von Ralf Bruggmann
32

Pflanzen? Designermöbel? Velozubehör? Unterwäsche? Städtereisen? Sneakers? Was ist deine «Achilles-Werbung» und wieso? Die Saitenfrage an alle Werbeopfer.
33

Illustrationen: Julia Kubik

JETZT ZUGREIFEN!

Zu den Bildern im Titelthema:

Im ersten Moment will man wegschauen, weil Werbung. Erst auf den zweiten Blick wird klar, was da beworben wird: ein Katzenbaum für Menschen, ein Kiesmäher oder ein Lavabo nur aus Seife. Die Inserate im Titelthema hat Julia Kubik, Saitencomic-Zeichnerin und Künstlerin in St.Gallen, erfunden und gestaltet. Inspiriert wurde sie von Publikationen wie dem «A-Bulletin», der «Tierwelt» oder Gartenmöbelkatalogen, die sie über die Jahre angesammelt hat – «abstruse Werbung sammeln ist eines meiner Guilty Pleasures», sagt Kubik. Mit den Inseraten in diesem Heft will sie Werbeslogans und -Strategien auf die Spitze treiben, sodass die Grenzen zwischen komplettem Nonsens und realen Angeboten verschwimmen.