

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 117 (1991)
Heft: 35

Illustration: Die ausgeleierte Werbesujets sind vorbei
Autor: Moser, Hans

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

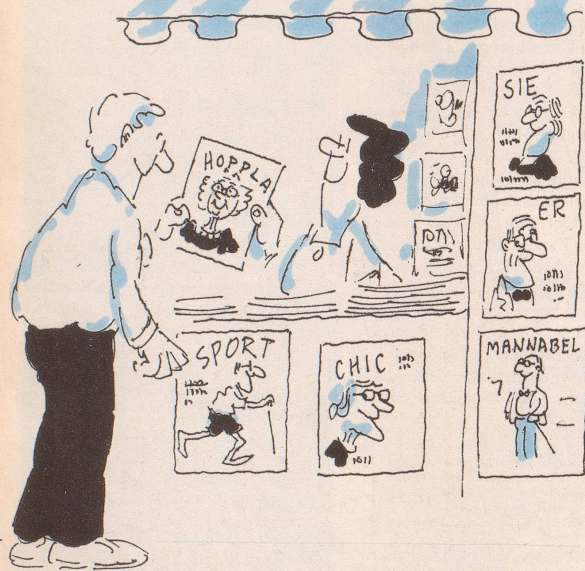
Terms of use

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

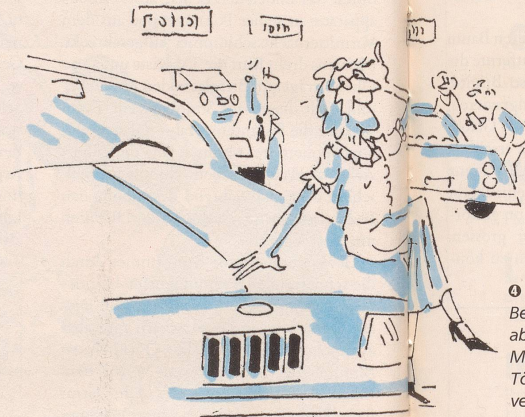
Download PDF: 13.01.2026

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

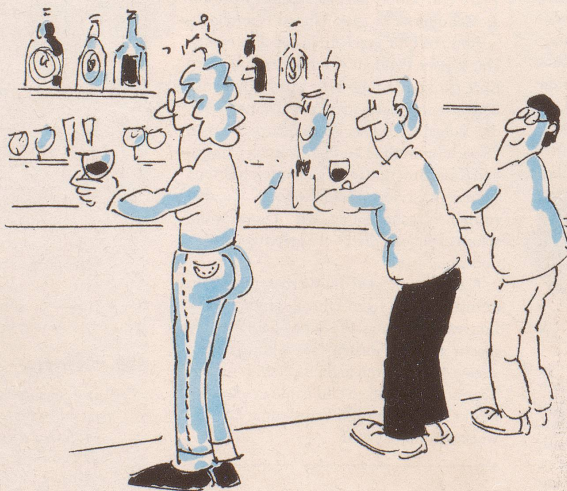
Die ausgeleierten Werbesujets sind vorbei



1 Pfirsichhaut, Decolletés und Adonisse haben auf Titelblättern und im Kioskaushang kein Monopol mehr. Graues Haar und Falten gehören ab jetzt ganz selbstverständlich auch dazu.



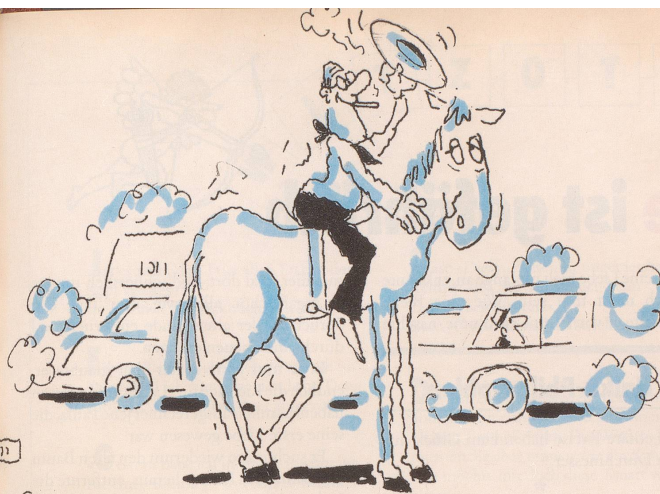
2 Bereits am nächsten Autosalon wird das abgefeierte Werbesujet mit dem jungen Mannequin auf der Motorhaube oder im Töffsattel solidere und seriöseren Motiven Platz machen müssen.



3 Auch das stereotype Bild für Jugendlichkeit, ein strammer Po in enge Jeans verpackt, wird sich ändern.



4 Völlig vorbei ist es mit dem aufgestellten jungen Typ mit Dreitagebart, der für Surfen, Skaten und weiss der Himmel wofür noch schwärmt. Die Düfte der Zukunft, «Experience» und «Self Confidence» – auch wenn das etwas schwerfölig und abgestanden riecht ...



5 Grösseren Veränderungen unterworfen wird auch die Zigarettenreklame vom wild umherreitenden Cowboy mit der Aura vom «Duft der grossen weiten Welt».



6 Ebenso kehrt in der Reklame die totale Ehrlichkeit ein. Statt einer jungen Frau, die «Antifaltencreme» auf ihren faltenlosen, frischen Teint streicht, wird die Crème auf eine Haut mit Falten aufgetragen – wo sie ja auch hingehört!

Texte und Bilder: Hans Moser