

Zeitschrift: Sprachspiegel : Zweimonatsschrift
Herausgeber: Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache
Band: 9 (1953)
Heft: 7

Artikel: Reklame oder Werbung?
Autor: Behrmann, H.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-420294>

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: 02.04.2026

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

ihn brauchen!) Ich weiß nicht — aber ich vermute fast: Sie sind ein „Professor“ und ein „Pädagog“, wie der erstgenannte Herr ein „Sprachlehrer“ ist — einer mit Anführungszeichen hinten und vorn. Wenn die Sprache ein „öffentliches Gewässer“ wäre und den Schutz der Behörden genösse, . . . Aber wir wollen uns nicht wiederholen, so betäublich die Tatsache ist und bleibt, daß unsere schöne Sprache schutzlos jedem Quacksalber ausgeliefert ist.

Fred Zacher

Reklame oder Werbung?

In meinen Briefen und Voranschlägen spreche ich lieber von Werbung als von Reklame. Zunächst aus sprachlichem Reinlichkeitsgefühl. Aber noch aus einem andern Grund.

Es hat sich nämlich etwas Merkwürdiges gezeigt. Gegen Reklame haben die meisten Leute gefühlsmäßig eine Abneigung. Gegen Werbung dagegen nicht.

Das hat beim Geschäftsmann seinen guten Grund: für Reklame muß er Geld ausgeben, Werbung bringt ihm Kunden herein.

Das ist mehr als ein bloßes Gefühl. Es stimmt wirklich. Hier liegt auch der wesentliche Unterschied zwischen dem Reklame- oder besser Werbeberater und allen, die Reklame irgendwelcher Art verkaufen. Der Werbeberater will helfen, Kunden zu werben. Daß das etwas kostet, versteht sich. Es kommt aber erst in zweiter Reihe. Beim Reklame-Auftragnehmer kommt der Auftrag zuerst.

Das deutsche Wort ist also zugleich verständlich, richtiger und — werbender. Reklame setzt unter ein Bild den Befehl: „Trink Uplo!“ Werbung macht auf Uplo gluschtig: „Wie ein Apfel, frisch vom Stamm.“

H. Behrmann, Werbeberater

Verunglückte Anzeige

„Gesucht nur tüchtiger Arbeiter“. Ist ein tüchtiger Arbeiter nicht viel wert? Oder soll es heißen, daß der Gesuchte als einzige Eigenschaft seine berufliche Tüchtigkeit besitzen müsse, daneben aber allen Lastern frönen dürfe? Gemeint ist natürlich, daß sich nur tüchtige Leute melden sollen. Aber würde da die einfache Anzeige: „Gesucht tüchtiger Arbeiter“ nicht ebenso wirksam sein — und dazu gerade auch noch sprachlich richtig?