

**Zeitschrift:** Sprachspiegel : Zweimonatsschrift  
**Herausgeber:** Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache  
**Band:** 54 (1998)  
**Heft:** 1

**Artikel:** Werbespots am Bildschirm  
**Autor:** Sawerschel, Hans  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-422029>

### **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:** 04.04.2026

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

# Werbespots am Bildschirm

*Von Hans Sawerschel*

Fernsehwerbung ist teuer. Die Sendezeit wird nach Sekunden berechnet, und hunderttausend Franken genügen meist nicht einmal zur Deckung der Produktionskosten eines Werbespots. Größere Firmen müssen für ihre regelmässige Präsenz am Bildschirm Millionenbudgets bereitstellen. Bei solchem Aufwand ist es verständlich, dass von den Werbefilmen höchste Effizienz verlangt wird. Tiefenpsychologische Motivforschung, soziologische Überlegungen und Trendforschung stehen am Anfang eines Werbekonzepts, das dann mit ausgeklügelten Methoden zu realisieren ist. International operierende Werbeagenturen sind darauf spezialisiert, in minimaler Zeit ein Maximum an Wunschbildern und Idealvorstellungen zu vermitteln.

Eine grosse Zahl kreativer Filmschaffender bemüht sich, die Ideen ihrer Auftraggeber phantasievoll und möglichst originell zu realisieren. So kommt es, dass die Werbebotschaften in erstaunlicher Vielfalt vermittelt werden. Spannend, witzig, trickreich oder harmonisch beschwingt beginnen die Filme. Wichtig ist, dass sie die Zuschauer so fesseln, dass sie nicht den Sender wechseln, wenn ein Werbeblock beginnt. Denn die wiederholte Aufforderung *Bleiben Sie dran, es geht gleich weiter* stört jedesmal die Fernsehlust.

Für verschiedene Produkte gibt es je nach Zielgruppe Standard-Filmkonzepte, die meist einem bestimmten Muster folgen. Da wirbt die tüchtige Hausfrau für Haushaltgeräte und Putzmittel, oder die gute und fürsorgliche Mutter gibt Empfehlungen für gesunde Ernährung und all die Dinge, die zum Familienglück beitragen sollen. Witzige und schrullige Typen, Comicfiguren, glückliche Kinder und Jugendliche werben für Spiele, Sportgeräte, Getränke und Süssigkeiten. Schönheitsidole, erfolgreiche Frauen und Männer präsentieren Luxusartikel und prestigeträchtige Produkte, die das Dolce Vita, Jugend und Schönheit verkörpern. Mit sorgfältig ausgewählten Naturaufnahmen und durch die Darstellung von Traumwelten und Exotik lassen sich verführerisch Produkteinformationen vermitteln.

## Sprache und Sprüche

In einem erfolgreichen Werbespot korrespondiert die Sprache mit der Dramaturgie, mit der Musik und mit der Bildgestaltung. Fast immer werden die Texte von angenehmen, ausgewählten Stimmen vorgetragen, aber leider übertönt oft die Musik die Worte. Eigentlich sollten Wortwahl, Satzbau und Sprechrhythmus eine Werbebotschaft über den Verstand wirksam werden lassen. Dass dabei nicht immer logisch und vernunftgemäss formuliert wird, sollen einige Beispiele zeigen:

Da schwärmt ein Vater von einer Windel: *Die ist die Bundesliga, was den Nässeschutz angeht*, oder ein Heilmittelhersteller behauptet: *Entspannung ist Leben*. Kaum mit der Vernunft zu fassen ist die Qualität eines Parfums, wenn es heisst *ein Duft von Zärtlichkeit* oder *sinnlich wie das Paradies*. Ebenso abstrakt ist es, wenn von einer Pflanzencreme gesagt wird, sie sei *das neue Multitalent*.

Beliebt und werbewirksam ist die Verfremdung von Wörtern und Begriffen: *Huhngrig* ist, wer ein Huhn essen möchte; das *Frühstückchen* gibt es morgens um halb zehn. McDonalds verkauft *Neues aus Fernkost wegen Samurai-Burger*, und wer Meggles Kräuterbutter liebt, ist ein *GourMEGGLE*. Was hippo-starke Haselnüsse sind, wissen nur die Käufer von *Kinder-Happy-Hippo-Snack*, und *die Tasse Urlaub* kann nichts anderes sein als ein Kaffee Cappuccino. Wer nicht gerade ein Fernsehmuffel ist, kennt natürlich auch die Slogans *Rhazünser isch gsünser* sowie *Alles Müller oder was*.

Häufig verwendete Attribute für alle möglichen Artikel sind *super*, *maximal*, *cool*, *traumhaft*, *lecker*. Daneben gibt es vor allem in Werbespots, die sich an junge Leute richten, immer wieder auch englische Ausdrücke. Besonders auffällig und einprägsam sind gesungene und sich reimende Texte, auch wenn sie so unsinnig sind wie zum Beispiel: *Punica Melon tropic erfrischt volle Kanone Melone*.

Besonders schwer hat es die Waschmittelwerbung. Hier müssen die praktisch gleichbleibenden Produkte seit Jahren auf immer neue Art angepriesen werden. In allen Variationen spielen Ehefrauen und Mütter glückliche Waschfrauen, die sich über die dreckigen Kleider ihrer Lieben freuen, denn nur so können sie über ihre unwissende Nachbarin triumphieren. Auf der Suche

nach originellen Sujets kann es vorkommen, dass die himmlische Qualität und der Reinheitsbegriff direkt in ein Frauenkloster führen, wo eine Ordensschwester vorwurfsvoll die Wäscherin fragt: *Ihr habt es gewagt, unserem üblichen Weichspüler zu entsagen?*, worauf ihr geantwortet wird: *Nehmt dieses Handtuch, Mutter, himmlisch sauber dank Dash-2 in 1, und göttlich weich, ein Geschenk des Himmels.*

## Viele Wege führen zum Ziel

Nicht immer ist die Absicht des Werbespots sofort erkennbar. Da erscheinen zuerst Artisten, die an Seilen über den Bildschirm schwingen, und dann verkündet weit ausholend eine geheimnisvolle Stimme: *Das Leben ist die Bühne. Es sind Schönheit und Spass gefragt. Dahinter stehen hartes Training, Disziplin und viele Versuche nach einem Anspruch, der stets das Bessere vor Augen hat; das find ich beim Fiat-Punto. Kunst ist überall, sie liegt auf der Strasse, man muss sie nur erkennen und zulassen. Auf jeden Fall Fiat-Punto.* – Sicher ein vielseitig verwendbarer Text.

Ebenso verfremdet ist die Werbung für die Deutsche Bahn. Da wird zuerst telefoniert: *Hallo! Mensch Otte, altes Haus. Du hier in Hamburg? Übernachten? Na klar kannst du bei mir übernachten.* Nach dreimaliger Wiederholung der Anfrage ist der Quartiergeber verzweifelt, denn: *Nicht jeder freut sich, dass die Bahn für 69 Mark quer durch Deutschland fährt.*

*Bosch und Calgonit* brauchen Astronauten scheinbar unbedingt in ihrem Raumschiff: *Jungs, wir haben ein Problem. Total verkalkt. Ich glaub, wir müssen spülen. He, kein Problem für Bosch und Calgonit, die 100%-Lösung.* Abschliessend folgt der tröstliche Hinweis: *Bosch plus Calgonit, auch auf der Erde erhältlich.*

Für Kellogg's zeigt ein glückliches älteres Paar in zärtlicher Zweisamkeit, was sie seit Jahr und Tag gemeinsam haben: *Täglich ein gutes Frühstück aus gesundem Getreide mit Vitaminen und Eisen. Kellogg's, das Beste jeden Morgen.* Ebenso glücklich, aber einsam ist hingegen der Mann am Nordseestrand: *Keine Staus, keine Hektik, keine Termine, keine Kompromisse, kein anderes Bier.* – *Wie das Land, so das Jever, friesisch herb.*

Da es kaum möglich ist, in einem Werbespot plausible Angaben über den Geschmack eines Biers zu machen, muss voll auf

Emotionen gesetzt werden. *Clausthaler extra herb* kommt mit dem Fallschirm auf die Erde. Ein Mann, der sich zum Ausgehen bereit macht, denkt laut: *Heute ein König – König-Pilsener – das König der Biere*. Etwas weit hergeholt ist die Werbung für ein Bier vor dem Hintergrund verschiedener historischer Bauten von Berlin: *Eines der feinsten Premium Pilsener unserer Tage ist in einer Stadt zuhause, deren Meisterwerke schon immer die Geschichte mit der Zukunft zu verbinden wussten. Berliner Kindl, das Meisterwerk*.

Obwohl die Werbespots nicht gerade beliebt sind, bleiben sie nicht ohne Wirkung. Die Vielfalt der Ideen, die perfekte Filmgestaltung und die Scheinwelten voller Ideale faszinieren die Sinne und beeinflussen die Gefühle der Menschen vor dem Bildschirm. Die Werbehelden, die Idole und die Szenarien wechseln, aber die geheime Bereitschaft, sich zum Konsum verführen zu lassen, bleibt bestehen.

## Werbespots wörtlich

### Fiat-Punto

*Bühnenvorhang, sitzende männliche Person, am ganzen Körper mit Zahlen tätowiert. Artisten schwingen auf Seilen durchs Bild.*

Das Leben ist die Bühne. Es sind Schönheit und Spass gefragt. Dahinter stehen hartes Training, Disziplin und viele Versuche nach einem Anspruch, der stets das Bessere vor Augen hat; das find ich beim Fiat-Punto. Kunst ist überall, sie liegt auf der Strasse, man muss sie nur erkennen und zulassen. – Auf jeden Fall Fiat-Punto. – Fiat – Leidenschaft ist unser Antrieb. 2. Szene (nach einem anderen Werbespot) mit der gleichen Bühne: Sind auch für Sie Schönheit und Präzision, Technik und Spass wichtig? Wir bieten Ihnen jetzt beim Kauf eines neuen Fiat-Punto bis zu 3000 Mark für Ihren alten Wagen. – Auf jeden Fall Fiat-Punto.

### Deutsche Bahn

*Ein kleines mit Möbel und anderem vollgestopftes Zimmer. Das Telefon läutet, ein Mann nimmt ab.*

Hallo! Mensch Otte, altes Haus. Du hier in Hamburg? Übernachten? Na klar kannst Du bei mir übernachten. – (Einblendung: 1 Woche später) Ja? Otte, Du bist es. Wieder in Hamburg. Über-

nachten? Ja, von mir aus. – (Einblendung: 1 Woche später) Otte, lass mich raten, Du bist in Hamburg und willst bei mir übernachten. Na ja, wenn's nicht anders geht. (Einblendung: 1 Woche später) Mann tobt beim Läuten des Telefons. – Nicht jeder freut sich, dass die Bahn für 69 Mark quer durch Deutschland fährt. – Die Bahn kommt. (Ein Zug fährt durchs Bild.)

### **Bosch und Calgonit**

*Astronauten in einem Raumschiff vor einer Waschmaschine.*

Jungs, wir haben ein Problem. Total verkalkt. Ich glaub wir müssen spülen. He, kein Problem für Bosch und Calgonit, die 100%-Lösung. Der Bosch-Aquasensor dosiert das Wasser optimal, und für die Reinigung Calgonit-2-Phasen-Tabs mit dem Kalkbelagblocker in der blauen Phase für 100% Calgonit-Glanz. Wir sind 100% zufrieden. Die Bosch 100%-Spüler. Bosch plus Calgonit, auch auf der Erde erhältlich.

### **McDonalds**

*Asiatische Mönche ziehen durch die Landschaft auf ein McDonalds-Schild zu. In meditierender Art im Chor «M» rufend.*

Jetzt bei McDonalds Neues aus Fernkost wegen Samurai-Burger oder die leckeren Tai-Gemüse-Rolls. (Eingeblendet: Solange Vorrat und McDonalds-Signet)

### **Kellogg's**

*Ein älteres Paar, in zärtlicher Gemeinsamkeit*

Was haben diese beiden seit Jahr und Tag gemeinsam? – Täglich ein gutes Frühstück aus gesundem Getreide mit Vitaminen und Eisen. Kellogg's, das Beste jeden Morgen.

### **König-Bier**

*Ein Mann kleidet sich für den Ausgang. Zwischendurch wilde Musik, eine Bierflasche wird geöffnet, Bier wird in ein Glas eingeschenkt.*

Heute ein König. – König – Pilsener, das König der Biere.

### **Jever-Bier**

*Ein Mann steht zuerst in einem Boot, zieht dann durch eine Uferlandschaft an der Nordsee.*

Keine Staus, keine Hektik, keine Termine, keine Kompromisse, kein anderes Bier. (Eingeblendet: Bierflasche und Bierglas) – Wie das Land, so das Jever, friesisch herb.

## **bodum – Milchschaumgerät**

*Ein Frauenkopf, daneben das Küchengerät*

Mit dem Latäum-Milchschaumgerät von bodum können Sie jetzt auch zu Hause echten Cappuccino machen. Magnifical bodum. (Eingeblendet: Everything works beautifully; Signet und Gerät).

## **Audi**

*Ein älterer und ein jüngerer Mann gehen über eine Baustelle.*

Bald sieht hier alles ganz anders aus. 1500 neue Jobs – Wirklich? – Hier kommt die Recycling-Anlage hin, die modernste Europas, und für die Mitarbeiter gibt es ein Sportzentrum. – Ich würde mich eher auf das Bewährte verlassen. – Kann man nicht einfach etwas Besseres machen? – Was Besseres machen? (Einblendung: ein Auto, mit dem beide wegfahren, eine stehengebliebene Tasche) – Hatten Sie nicht eben noch eine Tasche. (Einblendung: Gebäudesprengung.) – Der neue Audi A6, Visionen beginnen mit Fragen – Audi.

## **Persil**

*Eine Frau erzählt vom ersten Schultag ihres Kindes.*

Schon komisch, wenn man sein Kind zum ersten Mal hergibt. Plötzlich willst du nur noch, dass deine Lara die Schönste ist, und du landest bei Persil. Heute, wenn mein Dreckspatz so nach Hause kommt (Kind mit verschmutztem Kleid), heisst es Megaperls color. Ja, das Persil von heute – seine Kraft wäscht nicht nur Flecken aus, strahlend rein wird alles, und die Farben bleiben, wie sie sind. (Einblendung: Lehrerin und Schülerin) Ist das ein hübsches Kleid – von Persil. – Irgendwann kommt jeder zum Persil! Da weiss man, was man hat.

## **Tempo-Taschentücher**

Kann ein Taschentuch beim Durchatmen helfen? – Tempo Atemfrei mit fühlendem Menthol. Das tut gut und riecht gut. Das ist wie ein frischer Wind im Zug. Tempo Atemfrei lässt Schnupfennasen aufatmen.

## **Kräuterbutter**

Oh, Herr Meggle. Meine Kräuterbutter gibts jetzt auch im frischen Kräuterbutter-Baguette. Oh, lecker, ich bin ein Gour-MEGGLE.

## **Dash-2in1**

### *Ordensschwwestern in einem Kloster*

Schwester Luise, was habt Ihr nur mit meinem Kleid gemacht? Es war noch nie so sauber und weich. – Ich habe es mit Dash-2in1 gewaschen, Mutter. – Nur Dash? Ihr habt es gewagt, unserem üblichen Weichspüler zu entsagen? – Nehmt dieses Handtuch, Mutter, himmlisch sauber dank Dash-2in1, und göttlich weich, weil der Weichspüler schon drin ist. – So ein Luxus. Was wird Schwester Finanzia sagen? – Mit Dash sparen wir die Kosten für einen extra Weichspüler. – Ein Geschenk des Himmels; ich bewundere Eure Kühnheit. – Sparen Sie die Kosten für einen extra Weichspüler. Trau Dich mit Dash!

## **Kinder - Happy- Hippo- Snack**

Kinder-Happy-Hippo-Snack, das ist das Beste aus einer riesigen Hippo-Portion Milch, hippostarke Haselnüsse, knusprige Waffeln, lockere Schokolade. Ob es noch andere Snacks mit soviel Milch gibt? Na ja, wie auch immer, Kinder-Happy-Hippo-Snack ist der einzige mit einer Hippo-Portion Milch.

## **Pfanni - Kartoffel - Gratin**

Furchentiefe 20 cm, Knollenabstand 33. Für eine gute Kartoffel muss man ganz schön viel tun. – Für gutes Kartoffel-Gratin muss man fast nichts tun, denn das gibt es ofenfertig von Pfanni. Die neuen Kartoffel-Gratins ofenfertig von Pfanni. – Für so ein Gratin tu ich alles. – Alles Tolle aus der Knolle.

## **Fixies-Windeln**

Es gibt Dinge, die können Frauen einfach nicht erklären (Einblendung: Fussballmatch), Windeln zum Beispiel. Die Fixies, die ist die Bundesliga, was den Nässeschutz angeht. Starke Saugleistung, und an den Seiten, da steht der Auslaufschutz wie eine Nummer. – Fixies Ultra Dry hält richtig gut trocken.

## **Tolko-Käse**

Warum schmeckt Tolko eigentlich, mmh, so lecker? Weil er von glücklichen Kühen ist? Wegen der cremigen, frischen Milch? Der, mmh, so feinen Kräuter? Weil keiner besser schmeckt? Oder wegen der gesunden Portion Liebe, mit der er gemacht ist? - Aussen ooh, innen mmh.

## **Bioelectra Magnesium 240 forte**

*Tennisspielerin und Radfahrerin*

Muskelkrämpfe und Verspannungen sind ein Alarmsignal für Magnesiummangel. Damit Ihre Muskeln am Tag lockerer und auch in der Nacht angenehm entspannt bleiben: Bioelectra Magnesium 240 forte. Nur einmal täglich, hoch dosiert, sprudelt Muskelkrämpfe weg. Bioelectra Magnesium 240 forte. Denn Entspannung ist Leben.

## **Tosca**

*Traumfrau (Uschi Glas) und Traummann*

Warum ich den Duft von Tosca liebe? Weil Zärtlichkeit im Leben einer Frau eine grosse Rolle spielt. - Sie wissen schon: Tosca der Duft von Zärtlichkeit.

## **Knoppers**

*Frau vor Computer und Handwerker*

Morgen halb zehn. Zeit zum Abschalten, und dann ganz einfach über den Dingen stehen. Ruhig mal den Gang rausnehmen. Knoppers, frisch und knusprig gebacken. Genau richtig morgens halb zehn in Deutschland. Knoppers, das Frühstückchen.

## **Taxofit**

*Rummelplatz*

Entdecken auch Sie das A und O für Ihre Gesundheit und Vitalität: Taxofit. Fit fürs Leben, Topfit für höhere Anforderungen. Taxofit für höchste Ansprüche. Mit Taxofit hochwertige Vitamine und Mineralien. Immer obenauf.

## **Volvo**

Null Power oder Power-Athlet. Familienwagen oder Sportcombi. Das Unerwartete erwartet Sie. Der neue Volvo V70.

## **Deutsche Bank**

*Ein glückliches Paar auf der Wiese*

Am Anfang ist das eigene Zuhause noch ein Luftschloss. Jeder richtet sich ein, jeder so, wie es ihm gefällt. Doch, kann man seinen Träumen trauen? Sprechen Sie mit jemandem, der sich auskennt, der die Finanzierung vom eigenen Zuhause durchrechnet und Sie ganz persönlich berät. Denn wenn Sie es wirklich wollen, muss das eigene Zuhause kein Traum bleiben. - Vertrauen ist der Anfang von allem. - Deutsche Bank.

## **Hydra**

### *Orchidee und Hautschema*

Wenn Sie zu feuchtigkeitsarmer Haut neigen, probieren Sie Hydra + Effet Reservoir von Roc. Milde Haar-Derivate stimulieren die Bildung junger Zellen, die die Feuchtigkeit besser speichern. Das Ergebnis: Ihre Haut bleibt 24 Stunden sichtbar frisch und strahlend. – Innovative Kosmetik mit Verantwortung.

## **Extase**

### *Karibik, Strand, Meer, Wellen, ein junges Paar*

Extase Exotic Nature for Women – Sinnlich wie das Paradies.

## **Frisco**

### *Wüstenlandschaft*

Komm mit in die faszinierende Welt von Frisco-Extreme. Frisco-Extreme, die Cornets mit der wunderbar knusprigen Waffel. Die einzige mit dem zartschmelzenden Pralinenspitz.

## **Kitekat**

Kitekat hat das Kitekat-e, das mich fit und extra pfiffig hält (Einblendung: Vitamine, Proteine, Mineralstoffe). Mmh, leckere Stückchen in Sosse. Ist die Katze gesund, freut sich der Mensch.

## **Chantelle**

Dieser BH von Chantelle ist aus Microfasern und so weich und anschmiegsam wie eine zweite Haut. Da kann es schon mal passieren, dass man ihn einfach vergisst. Vielleicht nur ein Detail, aber es ist ein Chantelle.

## **Jacobs Cappuccino**

Jetzt ne Tasse Urlaub, Jacobs Cappuccino. Viel Chocoflocken, traumhafter Schaum. Entdecken Sie Jacobs Cappuccino, die Tasse Urlaub.

## **Du darfst**

Für meine Körperpflege habe ich etwas Neues entdeckt: «Du darfst», das ist Körperpflege, und zwar von innen. Zum Beispiel die Halbfettbutter, die hat viel gute Buttermilch und wenig Fett.

## **Ranieri**

### *Noble Party-Gesellschaft*

Entdecken Sie Ranieri. Ein Meer von Kremigkeit. Samtig-zarter Eiscreme-Genuss mit grösster Sorgfalt kreierte. Das ist mehr als

Können, das ist Kunst, die Kunst der Verführung. – Icestelli von Ranieri, original italienische Eiscreme-Kunst.

### **Ericsson**

Und hier eine letzte Meldung: Das Phänomen des weltweiten Schrumpfens geht weiter. Gestern das Empire State Building und der Eiffelturm, und heute traf es London, Big Ben wurde Little Ben. Alles scheint kleiner zu werden. Aber Ericsson verneint jeden Zusammenhang mit seinem neuen Handy GF 788. Es ist so klein, Sie werden die Welt mit anderen Augen sehen.

### **Delial**

Zusätzlich zum Sonnenbrandschutz hat das neue Delial jetzt den besonderen Intensivschutz nach australischem Standard mit dem Plus an Schutz-Vitaminen für einen noch wirksameren Schutz vor sonnenbedingter Hautalterung. Das neue Delial mit australischem Standard plus SchutzVitaminen.

### **Clausthaler**

#### *Fallschirmabwurf*

Nicht immer, aber immer öfter. Clausthaler extra herb. Alles, was ein Pils braucht.

### **Visa**

#### *Strandbar*

A Cocktail please. – No Visa? – No (Gelächter) – Setzen Sie lieber auf die beliebteste Karte. Veni, Vidi, Visa. Weltweit die Nummer 1 – Jetzt zum halben Preis.

### **Maggi**

Neu: Tomaten-Zucchini-Gratin. Tomaten und Zucchini haben ja jetzt Saison. Mit dem neuen Maggi-fix machen Sie mal was ganz anderes draus: ein tolles Gratin, typisch italienisch.– Mit Maggi-fix was Tolles zaubern.

### **Öko-Lavamat**

71% der Erde sind Wasser, aber nur 2% sind trinkbar. Höchste Zeit für den neuen Öko-Lavamat, weil jeder Tropfen zählt. AEG, aus Erfahrung gut.

### **Ratiopharm**

#### *Ein Mann im Swimmingpool, Ferienstimmung*

Reisefieber? Dann holen Sie sich jetzt die Reiseapotheke Ratiopharm gegen fünf typische Urlaubsbeschwerden. Die Reiseapo-

theke Ratiopharm inklusive Tasche. Ratiopharm-Arzneimittel, die helfen und sparen Geld.

## **Ratiopharm**

*Ein Neugeborenes*

In seinem Leben erwarten ihn bis zu 564 leichte Erkrankungen und 876 Blessuren. Sein Körper verbraucht zwei Millionen Milligramm Vitamin C und vieles mehr. Wir helfen ihm mit guten Arzneimitteln – Ratiopharm.

## **Evian**

Bevor es sich Evian nennen darf, wird das Wasser der Alpen von Gletschersedimenten während Jahrzehnten mit einer durchschnittlichen Geschwindigkeit von 3 cm pro Stunde gefiltert. Evian – das Wasser, das Sie trinken, ist so wertvoll wie die Luft, die sie atmen.

## **Berliner Kind**

*Verschiedene Bilder aus Berlin*

Eines der feinsten Premium Pilsener unserer Tage ist in einer Stadt zuhause, deren Meisterwerke schon immer die Geschichte mit der Zukunft zu verbinden wussten. Berliner Kindl, das Meisterwerk.

## **Ford**

Im Rahmen der Umwelt- und Sicherheitsinitiativen hat Ford bereits 250000 alte Autos zurückgenommen und umweltverträglich entsorgt. Und weil die KFZ-Steuer für alte Autos ohne Katalisator auf 1. Juli erheblich angehoben wird, gilt nach wie vor: Wir zahlen bis zu 3000 Mark beim Kauf eines neuen Ford Fiesta oder Escort und entsorgen ihren alten umweltverträglich. – Ford, die tun was.

## **Esso**

Nur Esso hat die neuen Kraftstoffe, die sauberer verbrennen als jemals zuvor. Für alle, die an die Zukunft denken. – Esso, hier ist die Energie.

## **Traubensaft**

Traubensaft ist ein Geschenk der Sonne. Das spürt man, und das schmeckt man. Im Traubensaft ist reine Natur pur. Reich und rund aus köstlichen Trauben. Ein Genuss in Rot und Weiss. Auf Ihr Wohl! Traubensaft genießt die pure Traubenkraft.

## **Vernel**

Darf ich? Es ist für einen Test. – Na klar. - Was fühlen Sie? – Das ist weich. – Und was fühlen Sie jetzt? – Mmh, ist das weich und so

frisch. Mmh traumhaft weich. – Auch Sie bevorzugen Vernel – Darf ich mal sehen? Vernel, traumhaft weich, traumhaft frisch.

### **Krönungs-Kaffee**

Die Grosseltern, Sonntagskuchen, Kaffeeduft. Wie haben sie uns verwöhnt! Von meiner Mutter weiss ich, ein gutes Gespräch braucht eine gute Tasse Kaffee, und mein Vater erklärte mir später, warum man sich nur mit dem Besten zufrieden geben sollte. Heute weiss ich, das Beste bleibt. – Das Verwöh naroma der Krönung. Das Beste bleibt.

### **Bounty-Rollen**

Mit Bounty-Küchentüchern können Sie jetzt endlich Farbe be- kennen. Die neuen Bounty-Fantasie-Rollen. Farbige Küchen- rollen, die nicht nur bunter, schöner und lustiger sind. Sie sind super saugfähig und halten ganz schön was aus. Ausserdem sind sie 50% länger als normale Bounty-Rollen. Auch unsere Farb- experten (Kinder) finden's echt stark.

### **Sahne-Eiscreme**

von Landliebe, einfach das Grösste. Sahne-Eiscreme aus bester, frischer Sahne vom Land. Liebe ist, wenn es Landliebe ist.

### **Shahi**

Entdecken Sie das Geheimnis dieses Sommers: den neuen Son- nenduft von Shahi. Shahi Golden Sun. Jetzt neu, exklusiv für die- sen Sommer.

### **Scooter-Rasenmäher**

*Eine Frau, ein Rasenmäher, den ein Mann lenkt.*

Dann war er da, diese Kraft, die von seiner Bewegung ausging, und trotzdem war er so voller Zärtlichkeit und entdeckte Stellen, von denen sie gar nicht wusste, dass sie existieren. Doch dann durchbrach er ihre Grenzen (den Gartenzaun). Ob sie ihn jemals wieder sieht? – Scooter, der neue Rasenmäher.

### **Deutsche BA**

*Bilder, die die folgenden Aussagen fraglich erscheinen lassen.*

Träume bleiben eben immer Träume? Der Mensch ist nicht zum Fliegen geboren? Man muss sein Schicksal eben annehmen? Flie- gen wird in Deutschland immer was für wenige bleiben?

Die Zeiten ändern sich. – Deutsche BA.

## **Volvic-Mineralwasser**

Die Oranje im Herzen Frankreichs. Hier entspringt Volvic. Ein natürliches Mineralwasser ohne Kohlensäure. Durch Vulkangestein gefiltert, gibt Volvic uns mit seiner ursprünglichen Reinheit und seinen wertvollen Spurenelementen neue Lebenskraft. Volvic weckt Lebenskraft.

## **Skoda**

Wir haben die modernste Fabrik der Welt gebaut, um eines der fortschrittlichsten Autos zu bauen. Ein Auto mit vollverzinkter Karosserie, mit höchster Qualität und mit zukunftsweisender Technologie. Ein aussergewöhnliches Auto zu einem aussergewöhnlichen Preis. – Octavia, das neue Gesicht von Skoda.

## **Nivea**

Ob ein Sonnenschutz nur sicher vor Sonnenbrand und Hautalterung schützt, oder ob er wirklich alles für die Gesundheit Ihrer Haut tut, spüren Sie spätestens am Abend. – Nivea Sun, alles, was die Haut in der Sonne braucht.

## **Celebe**

Mistwetter! Wie beugen Sie Erkältungen vor? – Mit Vitamin C – Wussten Sie, dass der Körper es nicht lange speichern kann? – Deshalb hat Celebe Zeitperlen, die das Vitamin C nach und nach abgeben. So sind Sie in der Erkältungszeit von morgens bis abends geschützt. – Celebe, das Langzeit-C.

## **Cillit**

Ich krieg die Kalkpanik. Ich hab fast alle Reiniger ausprobiert, und nichts davon löst diesen Kalk. – Das neue Cillit, wirksamer als manch andere Reiniger, weil hartnäckiger Kalk schneller gelöst wird. Wisch für Wisch in Küche und Bad. – Habe ich Kalkpanik gesagt? Ja, den Kalk bin ich los.

## **Baldriparan**

Sind Sie morgens schon nervös? Mittags gereizt? Und schlafen Sie abends schlecht ein? Dann ist es höchste Zeit für Baldriparan. So wertvoll durch Baldrian und Melisse. – Baldriparan Beruhigungs-Dragees, die mit dem Schäfer.

## **KnoVit Plus**

Für körperliche und geistige Vitalität KnoVit Plus. Hochpotenter Knoblauch, Vitamine und Selen. Riecht nicht, aber wirkt. Einmal täglich genügt. KnoVit Plus, natürlich Klosterfrau. – Alt werden können sie noch später.