

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa
Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten
Band: 100 (1993)
Heft: 5

Artikel: Werbung ist nötig
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-678722>

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: 01.02.2026

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

Werbung ist nötig

Wenn die mittex im Jahre 1993 ein Jubiläum feiert, nämlich 100 Jahre, dann geht es ihr fast ein wenig wie der ofa mit ihrem Jubiläum: Die ofa ist an und für sich bedeutend älter als 100 Jahre, also die älteste Werbegesellschaft der Schweiz, aber den entscheidenden Schritt zur Selbständigkeit, und damit auch zur Entwicklung des heute bestehenden Unternehmens, hat man sie erst am 22. Dezember 1888 tun lassen.

Die ofa war vorher Teil des Geschäftsbereiches der Orell Füssli & Co., Druckerei und Verlag, die sich 1890 in Art. Institut Orell Füssli umbenannte. Die 1888 auf eigene Beine gestellte vormalige Inseratenabteilung der Orell Füssli & Co. war in den Jahren 1760–1765 vor allem für die Betreuung des Inseratenteils der «Zürcher Zeitung» ins Leben gerufen worden. Das 1821 in «Neue Zürcher Zeitung» umbenannte Blatt wurde von seiner Gründung (1780) an bis 1868 von Orell, Gessner, Füssli & Co. (nach 1798: Orell Füssli & Co.) herausgegeben.

Fast 500 Jahre

Die eindrückliche Ahnentafel der ofa lässt sich in einem Dutzend Schritte weiter zurückverfolgen bis auf Buchdrucker Hans Rügger (1504) alias Hans Wasem an Weingarten, dessen Offizin 1519 von Christoph (I) Froschauer nicht nur übernommen, sondern auch berühmt gemacht wurde. Rügger hatte den Betrieb im Niederdorf (Gräbligasse) gegründet. Sein Nachfolger, der als Geselle zugewanderte Froschauer, angetan von den Reformatoren Zwingli und Heinrich Bullinger, wurde 1519 Zürcher Bürger. 1528 überliess ihm die Stadt einen Teil des ehemaligen Barfüsserklosters als Druckereiwerkstatt. Später kaufte Froschauer das ehemalige Frauenkloster (Brunngasse 14 und 18). Die parallel zu den alten Klostermauern verlaufende Froschaugasse erinnert heute noch an die Druckerei. Auf den ersten folgte ein zweiter Froschauer; dann ging die Druckerei in die Hände von Hans Conrad und Hans Heinrich Escher über. 1591 wurde die Wolfsche, 1626 die Bodmersche Druckerei daraus, und

1719 bekam die Firma den Namen Heidegger & Rahn. Diese übernahm 1725 die Lindinersche Druckerei, hiess dann Heidegger & Co., bis sie 1766 nach dem neuen Besitzer Hans Rudolf Füssli benannt wurde. Füssli schloss sich 1770 mit dem bestehenden Unternehmen von Orell, Gessner & Co. zusammen, bei dem der Idyllendichter Salomon Gessner, als erster Teilhaber, anzutreffen war. Zwischen 1770 und 1798 lief die Firma noch unter dem Namen Orell, Gessner, Füssli & Co., wechselte dann in Orell Füssli & Co. Die 1888 zur Selbständigkeit erhobene Inseratenabteilung hiess: Aktiengesellschaft Schweizerische Annoncenbureaux von Orell Füssli & Co.

Inserate

Die Zeit der ersten Zeitungen und des ersten Inserates liegt im Dunkel der Vergangenheit. Erste bekannte Mitteilungsblätter, sogenannte Einblattdrucke, die über Katastrophen oder über etwas Ausserordentliches berichteten und in entsprechend unregelmässigen Abständen erschienen, enthielten keine Inserate. Die ersten Zeitungen auch nicht; in Zürich waren es die wöchentlich erscheinende «Newe Zytung» (1620) der Wolfschen Druckerei, die aber nur während einigen Jahren existierte, sowie ein von der Konkurrenzdruckerei Hardmeier herausgegebenes Blatt, das später einmal zur «Freitagszeitung» wurde und sein Erscheinen erst 1914 einstellte. In den ersten Zeitungen waren fast ausschliesslich Nachrichten aus dem Ausland zu finden. Berichte über lokale Begebenheiten standen mehr oder weniger unter behördlicher Zensur. Obwohl die Herausgabe einer Zeitung im 17. Jahrhun-

dert noch mit einem harten Kampf gegen die Regierung verbunden war, die das Pressewesen nicht eben förderte und den Betrieb einer Druckerei von einer Konzession abhängig machte, kam zu den erwähnten zwei Verlegern im Jahre 1670 ein dritter, der Drucker David Gessner; er veröffentlichte die «Monatszeitung», Vorgängerin der späteren «Zürcher Zeitung».

Zur «Montags-» und zur «Freitagszeitung» gesellte sich im Zürich des 18. Jahrhunderts (um 1730) ein drittes Blatt, die «Donnstag-Nachrichten», das sich von den übrigen Zeitungen vollkommen abhob. Es enthielt ausschliesslich Inserate und hiess deshalb Inseraten-, Avis- oder Intelligenzblatt. Hans Jacob Lindinner hatte die Idee aus nördlichen Landen mitgebracht, gründete in Zürich ein «Berichtshaus», ein Geschäft, das mit einem amerikanischen «Trading Post» zu vergleichen ist, von denen es in touristischen Regionen heute noch «Souvenir»-Exemplare zu besichtigen gibt. Es handelt sich um Läden, in denen Informationen und Waren ausgetauscht werden, gerechnet und gehandelt, vermietet und verkauft wird. Zusammen mit einem derartigen Umschlagplatz sind die «Donnerstag-Nachrichten» entstanden, aus denen später das «Tagblatt der Stadt Zürich» geworden ist. Nach dem Niedergang des Ancien régime wurden die Zeitungsmacher freier, von der Regierung unabhängiger. Diese «Pressefreiheit» trug zu einer rasch wachsenden Pressevielfalt bei. Und im zweiten Teil des vergangenen Jahrhunderts tauchten plötzlich Annoncenbureaux oder Annoncenexpeditionen in Zürich auf, weil sich «bei der täglich steigenden Ausdehnung des Annoncenwesens das unabweisliche Bedürfnis herausgestellt hat, durch Concentration desselben den Verkehr mit den zahlreichen Zeitungs-Expeditionen sowohl in pekuniärer Beziehung als auch in Rücksicht des Zeitaufwandes eine möglichst grosse Erleichterung zu verschaffen».

Diese um 1870 formulierte Idee steht heute noch hinter der Tätigkeit des Annoncenbureaus. In diesen Bureaux wurde und wird nie etwas produziert. Damals wie heute beschränken sie sich

auf die Vermittlung und den Verkauf von Insertionsraum auf der einen, auf das «Überbringen» von Inseratentexten auf der anderen Seite. Seit es sie gibt, sind Annoncenbureaux Dienstleistungsbetriebe im wahrsten Sinne des Wortes. Und sie leisten ihren Dienst nicht zugunsten von irgendwem oder irgendwas, sondern zugunsten einer starken und vielfältigen Presse und zugunsten der Inserenten, denen sie durch ihre Beratung das Inserieren leichtmachen.

Die ofa-Gründung

Die auf Rüegger, Froschauer und das 16. Jahrhundert zurückgehende Offizin Orell Füssli & Co. war im 4. Jahrhundert ihres Bestehens auf dem Weg, von der angesehenen Verlagsdruckerei zu einem der grössten und vielschichtigsten Druckereibetriebe des Landes heranzuwachsen. Die Firma, die sich rühmte, 1880 Zürichs erster Telefonabonnent gewesen zu sein, unterhielt zu dieser Zeit bereits eine Annoncen-Vermittlungsstelle, die aber in erster Linie das Geschäft für den Annoncenteil der eigenen Verlagsblätter besorgte, aber auch bereits Pachtverträge mit anderen Zeitungen unterhielt. Bereits 1882 – als es noch keine SBB gab – wurden Verträge mit privaten Bahngesellschaften für den Aushang von Werbeplakaten in Bahnhöfen abgeschlossen.

Das rasante wirtschaftliche Wachstum im Zürich der achtziger Jahre des letzten Jahrhunderts beflügelte auch das Annoncen- und Werbegeschäft, so dass sich das Druckereiuunternehmen entschied, diesen Bereich vom angestammten Tätigkeitsgebiet zu trennen. Am 22. Dezember 1888 wurde eine neue Gesellschaft mit einem Kapital von

Fr. 500 000.– gegründet, die Aktiengesellschaft Schweizerische Annoncenbureaux von Orell Füssli & Co. (Der allumfassende Name wurde im Sprachgebrauch nach und nach zur «Orell Füssli Annoncen AG», der entsprechende rechtliche Schritt wurde 1937 getan, oder ganz einfach «ofa».) Vier Mitglieder des achtköpfigen Verwaltungsrates des Orell-Füssli-Druckereibetriebes bildeten das oberste Organ der neuen Gesellschaft, deren Präsident, ein Oberst Arnold Schweizer, die neue Firma bis ins Jahr 1903 auch als Direktor leitete.

Im Adressbuch der Stadt Zürich für das Jahr 1889 (Druck und Verlag von Orell Füssli & Co.) tritt die junge Firma erstmals unter dem neuen Namen im Inseratenteil in Erscheinung. Warum in diesem Inserat der absolut prahlerisch wirkende Hinweis, «Gegründet um 1760», Eingang fand, ist schwierig zu sagen. 1761 vereinigten sich die Druckereien von Conrad Orell und von Salomon Gesser, 1770 kam Füssli noch dazu. 1670 wurde von der Vorgängeroffizin die «Montägliche Wochenzeitung» gegründet, die 1780 zur «Zürcher Zei-

tung» wurde. Was immer der Grund für den Gründungshinweis sein mochte, schenkt man dem Inserat Glauben, was ja nicht verboten ist, dann ist die ofa in ihrem Jubeljahr zum 100jährigen Bestehen bereits 228 Jahre alt.

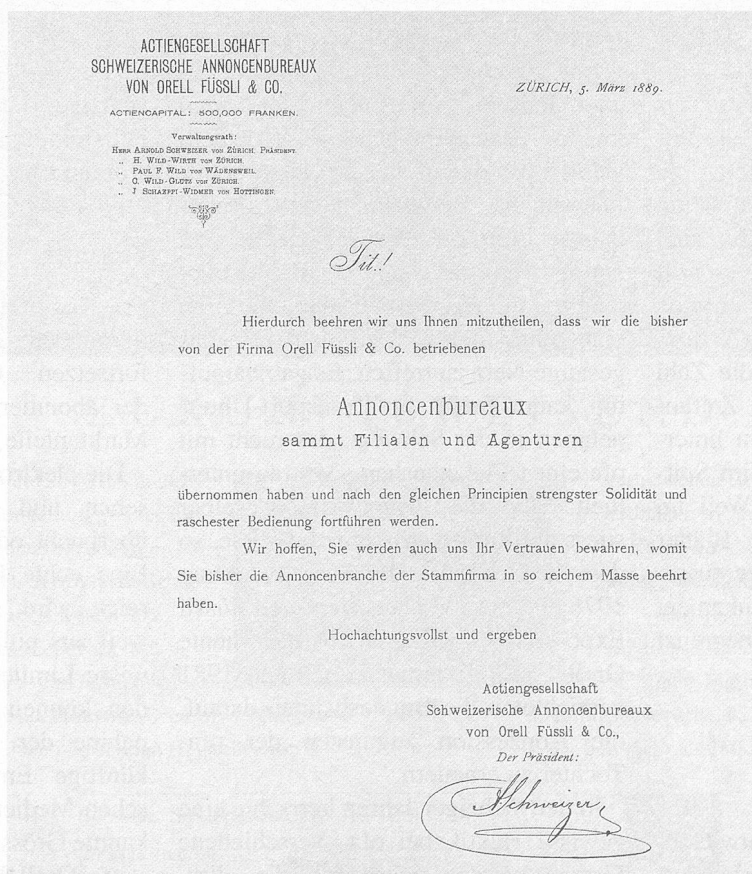
Auch im Ausland

Neben dem Hauptbureau in Zürich (Münstergasse 32/Ecke Elsässergasse, heute Haus Racher) gab es Filialen in Basel, Bern, Freiburg, Lausanne und Mülhausen i. E., also in Mulhouse. Daneben waren 73 Orte und Städte aufgeführt, in denen Agenturen unterhalten wurden, darunter beispielsweise Badenweiler, Belfort, Bremgarten, Cassel, Colmar, Davos, Genf, Glarus, Heidelberg, London, Mailand, Mannheim, Offenbourg, Paris, Rom, Samaden, Thann, Vivis, Wiesbaden, Winterthur, Zug. Angepriesen wurde die «Vermittlung von Annoncen in alle politischen und illustrierten Blätter der Schweiz und des Auslandes». Für eine grosse Zahl von Bahnhöfen, Bergbahnen und Schifffahrtsgesellschaften offerierte die Firma die «ausschliessliche Concession für die

Affichage». Absolute «Discretion» wurde zugesichert, und auch für die umfangreichsten Aufträge sei nur gerade ein einziges «Manuscript» erforderlich.

Entwicklung

Es gab äussere Einflüsse (z. B. Kriege, Konjunkturschwankungen) und innere, beziehungsweise betriebsinterne (z. B. Führungswechsel und übertriebene Expansion beziehungsweise Diversifikation), die den Geschäftsgang der ofa über all die Jahre hinweg mehr oder weniger stark beeinflussen vermochten. Letztlich ist es aber nicht übertrieben zu sagen, es sei – abgesehen von wenigen Einbrüchen – ständig aufwärtsgegangen.



Im vergangenen Jahrhundert erreichte die ofa Umsätze, die noch unter einer halben Million Franken lagen. Die Millionengrenze wurde im Jahre 1910 erstmals überschritten. In den ersten fünfzig Betriebsjahren ragt 1931 als Rekordjahr mit einem Umsatz von 7 Mio. Fr. aus den andern heraus. 30 Jahre später betrug der Umsatz 30 Mio. Fr., er wurde dann innert 6 Jahren, bis 1967, mehr als verdoppelt (65 Mio. Fr.). In den folgenden Jahren verlief das Wachstum nicht mehr so stürmisch. Die dem Ölshock folgende Rezession machte sich auch an der Holbeinstrasse bemerkbar.

1975 war, erstmals seit 32 Jahren, ein Umsatzrückgang zu verzeichnen. Von 1977 an ging es dann wieder aufwärts. Und der Umsatz von 1978 mit 183 Mio. Fr. hat bis zum jüngsten Geschäftsjahr mehr als verdoppelt werden können. Weil ein Unternehmen und seine Mitarbeiter ja nicht vom Umsatz leben, sei erwähnt, dass über all die Jahre auch Löhne und Gewinne mit der Entwicklung Schritt hielten. Ein weiteres Mass, das auf den Umfang der Aktivitäten einer «Annoncen-Expedition» hinweist, ist die Zahl der Pachtverträge, die sie mit Zeitungen und aller Art von Blättern unterhält. 1903 waren es deren 14, im Spitzenjahr 1931 waren es 152. Weil im Laufe der Jahre verschiedene Blätter ihr Erscheinen einstellten oder fusionierten, zwar auch neue dazukamen, konnte diese Zahl nicht unbegrenzt wachsen.

Von der Bahnhof- bis zur Radiowerbung

Das «Affichagen»-Geschäft entwickelte sich im vergangenen Jahrhundert

eher langsam, weil es noch zum Neuen im Werbereich gehörte. Trotzdem war die ofa darauf aus, mit allen Schifffahrtlinien, Bergbahnen und Privatbahnen Verträge abzuschliessen, und bei der Verstaatlichung der Bahnen gelang es, mit der SBB-Generaldirektion eine einheitliche Abmachung für das gesamte Netz zu treffen. Es gab daraufhin kaum mehr ein Transport-Unternehmen in der Schweiz, das nicht mit ofa einen Plakataushang-Vertrag unterhielt. Und die Plakatwerbung selber stiess auf immer grösseres Interesse, so dass die Betreuung der Aussenwerbung 1976 einer ofa-Tochter, der Orell Füssli Expo AG, übertragen wurde (heute Orell Füssli Externa AG). Ende 1981 verzichteten die Bundesbahnen darauf, die Konzession zugunsten der ofa-Tochter zu erneuern.

In den siebziger Jahren herrschte eine gewisse Hektik bei ofa. Verschiedene Firmen wurden gegründet, die aller-

dings nicht einen allzulangen Bestand hatten oder später veräussert wurden.

In den jüngsten Jahren ihrer Geschichte hat sich die ofa wieder vermehrt auf ihre ursprüngliche Tätigkeit konzentriert, auf das Inserat. Besonders engagiert hat sich ofa zugunsten der lokal/regionalen Presse, deren Bedeutung in der Pin Point-Studie erstmals erforscht wurde. Die Diversifikationsversuche der siebziger Jahre wurden nicht fortgesetzt. Neu eingestiegen ist die ofa nur in die Radiowerbung. Die Entschlackungskur der letzten Jahre hat sich positiv auf den Geschäftsgang ausgewirkt. Die hundertjährige ofa präsentiert sich als jugendlich-gesunde Firma. Rund 1,4 Millionen Inserate werden jährlich verarbeitet, kaum nötig zu sagen, dass die elektronische Datenverarbeitung bereits seit den frühen

achtziger Jahren zum unentbehrlichen Hilfsmittel an der Holbeinstrasse geworden ist.

Zukunft

Der Kampf um die Marktanteile im traditionellen Pressebereich wird sich fortsetzen. Gratisanzeiger versuchen der abonnierten Tagespresse vermehrt Marktanteile abzunehmen.

Die elektronischen Medien wie Fernsehen und Lokalradio sind massiv überbucht oder zumindest ausgebucht. Eine echte Expansion in diesem Bereich wird sich schwerlich ergeben, weil aus politischen Gründen hier gewisse Limiten nicht überschritten werden können. Die politische Einflussnahme der Bundesbehörden auf die künftige Entwicklung der elektronischen Medien ist aber eine noch unbekannte Grösse.

ofa Orell Füssli Werbe AG versteht

Schweizerische Annoncen-Bureaux

Gegründet  um 1760

ORELL FÜSSLI & Co.

(Bedeutendstes spezifisch schweizerisches Unternehmen dieser Art.)

HAUPT-BUREAU in ZÜRICH.

Filialen in:
BASEL - BERN - FREIBURG - LAUSANNE - MÜLHAUSEN i/E.

Agenturen in:

Aarau - Altkirch i. E. - Appenzell - Arbon - Baden-Baden - Badenweiler - Basel - Belfort - Bellinzona - Bern - Biel - Bremgarten - Brugg - Cassel - Chaux-de-fonds - Chur - Colmar - Davos - Frankfurt a. M. - Frauenfeld - Freiburg (Schweiz) - Freiburg i. B. - Gebweiler - Genf - Glarus - Heidelberg - Herisau - Interlaken - Karlsruhe - Konstanz - Lausanne - Lenzburg - Liestal - Lörrach - London - Lugano - Luzern - Mailand - Mainz - Mannheim - Marseille - Montreux - Mülhausen - Neapel - Neuenburg - Neustadt i. B. - Nyon - Offenburg - Olten - Paris - Pforzheim - Pruntrut - Rapperswil - Rom - Rorschach - Samaden - Ste. Croix - St. Gallen - Schaffhausen - Schwyz - Sitten - Solothurn - Strassburg - Thann - Thun - Villingen - Vivis - Wattwil - Wiesbaden - Winterthur - Wyl - Yverdon - Zug.

Vermittlung von Annoncen

in alle politischen und illustrierten Blätter der Schweiz und des Auslandes.

Ausschliessliche Concession für die Affichage

in den Bahnhöfen, Stationen, auf den Zürichsee- und Bodensee-Dampfböten der Schweiz, Nordostbahn, auf den Genfersee-Dampfböten, sowie in den Bahnhöfen und Stationen der Vereinigten Schweizerbahnen, Appenzeller-Bahn, Toggenburger-Bahn, Tössthalbahn, Wädenswil-Einsiedeln-Bahn, Rigi-Bahn (Vitznau), Arth-Rigi-Bahn, Rorschach-Heiden-Bahn, Kriens-Luzern-Bahn, Brünigbahn u. Aarg.-Luz.-Seethalbahn.

Kostenvoranschläge gratis.

Für die umfangreichsten Aufträge nur ein Manuscript erforderlich.
Bei grösseren Aufträgen möglichst weitgehenden Rabatt.

sich als ein Unternehmen der Kommunikationsbranche schlechthin. Das Tätigkeitsgebiet umfasst also nicht nur Print-Medien, sondern auch Aussenwerbung jeglicher Art, wie auch Werbung in den elektronischen Medien.

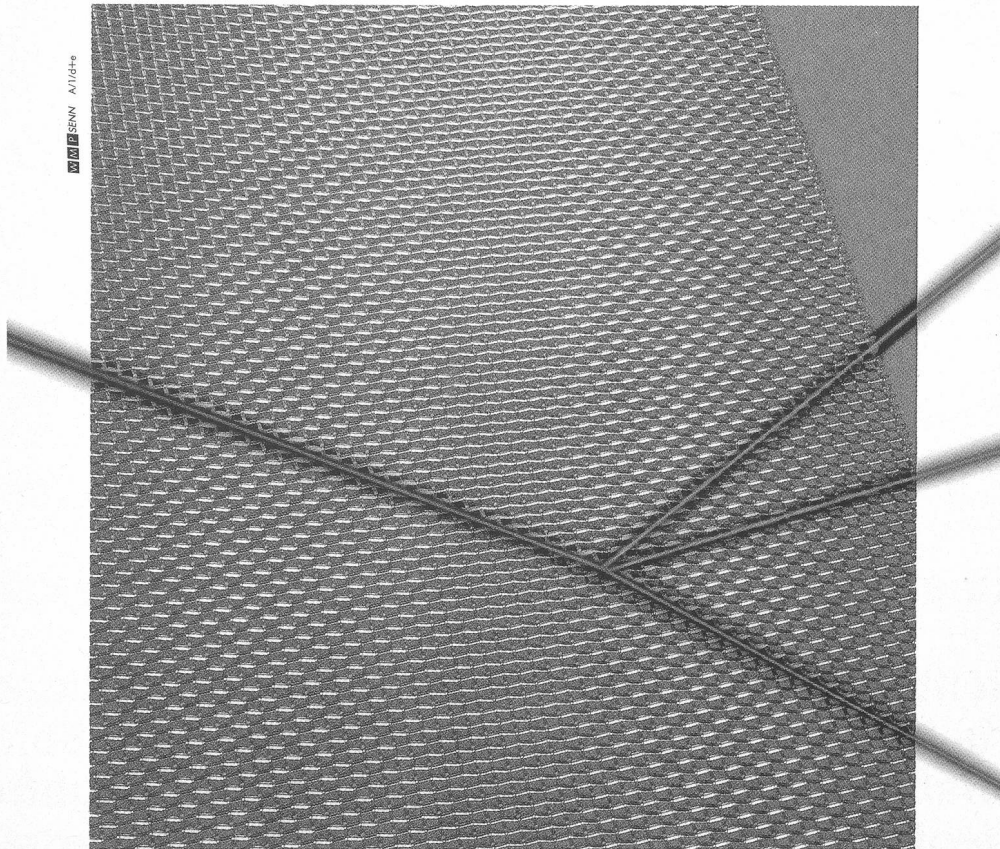
Hauptanliegen für ofa sind und bleiben die Print-Medien, denen ofa ihre Existenz zu verdanken hat. Dazu gehören vorab die Sicherung und der Ausbau des Partnerblattgeschäftes, das den Rückgrat des Unternehmens bildet.

In den letzten 10 Jahren konnte der Gesamtumsatz von ofa von 150 Mio. Franken auf über 400 Mio. Franken erhöht werden. Der Umsatz mit den Partnerblättern weist dabei eine überproportionale Steigerung auf. Damit ist auf eindrückliche Art bewiesen, dass das ursprüngliche Anliegen, nämlich die Pflege des Pachtblattgeschäftes, heute mehr Bedeutung denn je gewonnen hat. Dies lässt sich auch durch die Zahl der Pachtverträge belegen: hatte ofa im

Jahr 1977 180 Pachtverträge mit Zeitungen, Zeitschriften und Fachblättern, waren es Ende 1987 210 Verträge.

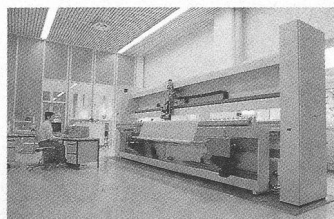
ofa pflegt aber auch gute Beziehungen zu den Verlegern unverpachteter Zeitungen, da die traditionelle Inseratvermittlung an nicht verpachtete Zeitungen rund die Hälfte des Gesamtumsatzes ausmacht.

Nach Dokumentationen
bearbeitet von JR ■



ZUKUNFTSWEISEND

ist die SST Thal in der Herstellung von technischen Präzisionsgeweben. Mit ihren Schablonengeweben für den Siebdruck. Mit Sieb- und Filtergeweben für die Industrie. Die Entwicklung zum weltweit führenden Hersteller von



synthetischen Geweben verdanken wir unserem Know-how, dem bekannten Kundenservice und dem Einsatz modernster Technologien. Für höchste Qualitätsansprüche. SST Thal. Seit mehr als 150 Jahren.

Schweiz. Seidengazefabrik AG Thal

CH-9425 Thal/SG
Schweiz/Switzerland

Telefon 071 - 44 01 44
Telefax 071 - 44 55 27
Telex 882 010 sst ch

