

**Zeitschrift:** Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art  
**Band:** 42 (1955)  
**Heft:** 11: Sonderheft Grafik

**Artikel:** Das Inserat  
**Autor:** Odermatt, Siegfried / Zürcher, Walter  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-32561>

#### 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](#)

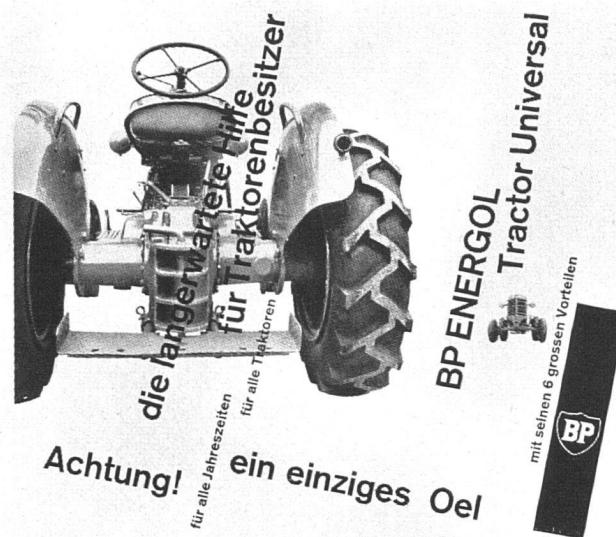
#### Terms of use

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:** 08.01.2026

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

## Das Inserat



- 1  
BP-Traktorenöl  
Entwurf Siegfried Odermatt SWB/VSG, Zürich, 1955  
BP, huile pour tracteur  
BP Tractor Fuel

Werbemittel sind Bindeglieder zwischen Kaufkraft und Angebot. Das Inserat nimmt unter ihnen den ersten Rang ein. Tagtäglich sehen Millionen von Lesern Inserate in der Tages-, Unterhaltungs- und Fachpresse. Es ist zum meistverbreitetsten und populärsten Medium der Werbung geworden. Es ist aber auch das kurzlebigste unter ihnen.

Das Inserat soll eine Ware, einen Dienst oder eine Idee anpreisen, vermitteln oder verkaufen. Seine Gestaltung und die Art seiner Wirkung folgen deshalb ganz bestimmten Gesetzmäßigkeiten der Werbung, die wie folgt zusammengefaßt werden können:

- 1) Erwecken der Aufmerksamkeit,
- 2) Klare, sachliche Darstellung der Ware, des Dienstes oder der Idee,
- 3) Appell an das Gefühl des Käufers,
- 4) Erzielung einer Erinnerungswirkung.

Die richtige Interpretation dieser Gesetzmäßigkeit durch die Arbeitsgemeinschaft Auftraggeber/Grafiker entscheidet über Erfolg oder Mißerfolg.

Diese Struktur wird differenziert durch die verschiedenen Arten von Inseraten, von denen die beiden wichtigsten das Einzel- und das Serieninserat sind. Das Einzelinserat hat einmaligen Mitteilungscharakter. Seine Gestaltung, Placierung und Größe muß dieser Tatsache unbedingt Rechnung tragen. Als Serie aber wünscht es vor allem den Rahmen der Kurzlebigkeit zu sprengen, was durch zweckmäßige Gestaltung, gut kalkulierte Wiederholung und besonders durch die Grundidee der Serie verwirklicht werden kann.

Eine weitere Differenzierung erfolgt durch die Verschiedenartigkeit des Anzeigenmediums bzw. des Leserkreises. Ein Inserat in der Tagespresse richtet sich an das Laienpublikum, das nicht mit technischen Fachausdrücken und Einzelheiten belastet werden darf. Der Fachmann dagegen, durch seine Fachorgane laufend über die neuesten Produkte orientiert, verlangt gerade eine derartige, in die technischen Einzelheiten gehende Information.

Trotz diesen ziemlich klaren Abgrenzungen der die Gestaltung und Wirkung des Inserates bestimmenden Gesetzmäßigkeiten zeigt ein Blick in irgendein Organ der heutigen Tages- und Fachpresse, wie wenig differenziert im Grunde genommen die Anzeigenseiten wirken. Ein Vergleich zwischen Ausgaben der zwanziger Jahre und denen von heute bestätigt diese Feststellung. Auf dem Gebiet der industriellen Produktion, der Wirtschaft im allgemeinen und der Beziehung Produzent/Konsument sind seither jedoch derart große Wandlungen vollzogen worden, die eine entsprechende Anpassung der Gestaltung des Inserates (überhaupt der ganzen Werbung) mehr als rechtfertigen würden.

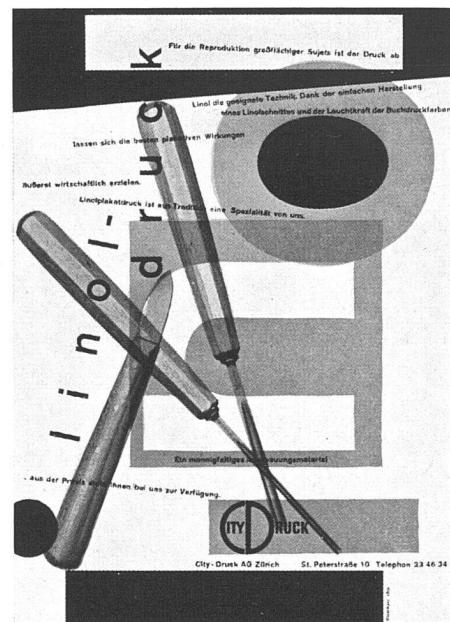
Die Schuld an dieser fehlenden Anpassung, an dieser Flachheit trifft nur zum Teil den Grafiker. Die größere Verantwortung liegt beim Auftraggeber, der nur zu oft mangelnde Einsicht und wenig Mut zeigt, den Rahmen der Anzeigenseiten durch Inserate zu sprengen, die mit zweckgerechten, gegenwartsgetreuen Ausdrucksmitteln gestaltet sind und deshalb schon allein durch ihre Neuartigkeit, durch ihre Frische, wesentliche Punkte eines erfolgreichen Inserates in sich tragen. Ein weiterer Teil der Verantwortung liegt beim Herausgeber des Werbeorganes. Die Gesamtgestaltung der Anzeigenseiten, der Umbruch, liegt in seinen Händen. Die Struktur der Seite aber entscheidet in hohem Maße über das Untergehen oder Sichbehaupten des einzelnen Inserates in einem Chaos von Schriftarten und -graden. Der Herausgeber hat somit wesentlichen Einfluß, den Inserenten einen guten oder schlechten Dienst zu erweisen.

Das Inserat ist zu einem klassischen Mittel der Massenpsychologie geworden. Es hat somit soziologischen Einfluß auf die Bevölkerung. Verantwortlich für die Qualität dieses Einflusses sind Inserent, Grafiker und Herausgeber. Eine Standortbestimmung über die Lage und den Einfluß des heutigen Inserates ist überreif. Der hier zur Verfügung stehende Raum gestattet uns jedoch nicht, erschöpfend darauf einzutreten. Wir hoffen aber, grundsätzliche Hinweise und einige kritische Betrachtungen vermittelt zu haben, die den Leser aufmuntern, unserem Ziel – der Hebung der Qualität und Zweckmäßigkeit des Inserates – mit eigenen Überlegungen und Mitteln zum Durchbruch zu verhelfen.

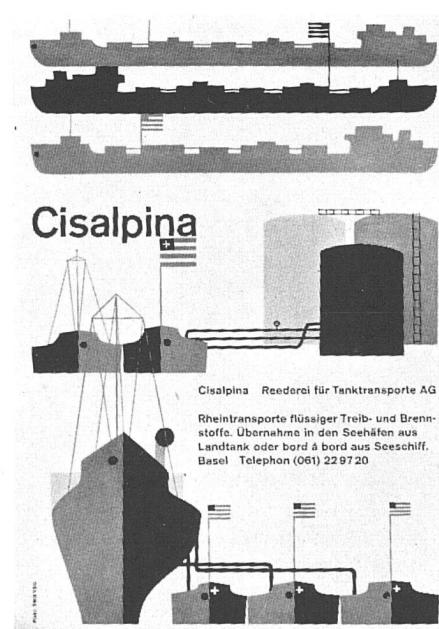


**2**  
Schuhfabrik Löw  
Entwurf: Otto Glaser, Soragno Davesco TI, 1955  
Chaussures Löw  
Löw Shoe Factory

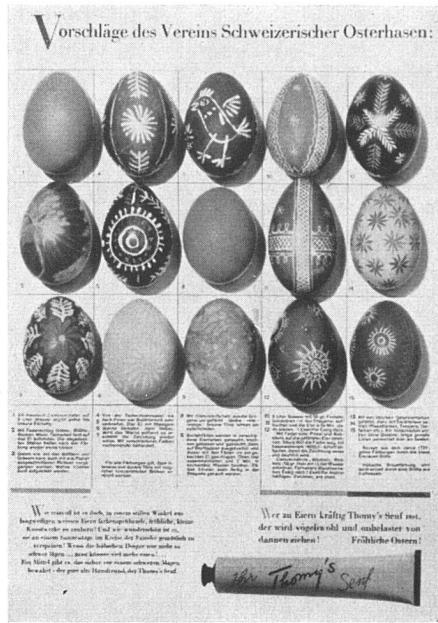
**3**  
Thomy-Senf  
Entwurf: Fritz Bühler SWB/VSG, Basel, 1953  
Moutarde Thomy  
Thomy Mustard



5



6



3

**4**  
Cigarettes Gauloises  
Entwurf: Hans Falk SWB/VSG, Zürich, 1953/54  
Reklameberater: Victor N. Cohen BSR, Zürich  
Cigarettes Gauloises  
Gauloises Cigarettes

**5**  
Buchdruckerei City-Druck  
Entwurf: Siegfried Odermatt SWB/VSG, Zürich, 1953  
Imprimerie City-Press  
Printers, City-Press

**7-9**  
Zephyr-Rasiercrème  
Entwurf: Fritz Bühler SWB/VSG, Basel, 1955  
Crème à raser Zéphyr  
Zephyr Shaving Cream

**10-12**  
Lithografie- und Cartonnage-AG  
Atelier: Müller-Brockmann SWB/VSG, Zürich  
Entwürfe: Nelly Rudin 1954/55  
Lithographie et Cartonnage S.A.  
Lithographic and Pasteboard Co.

6

**Reederei für Tanktransporte**  
Entwurf: Celestino Piatti SWB/VSG, Basel, 1954  
Armateur de bateaux-citernes  
Fitting out for Tank Transport

