Das Inserat

Autor(en): **Odermatt, Siegfried / Zürcher, Walter**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art**

Band (Jahr): **42 (1955)**

Heft 11: **Sonderheft Grafik**

PDF erstellt am: **28.03.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-32561

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

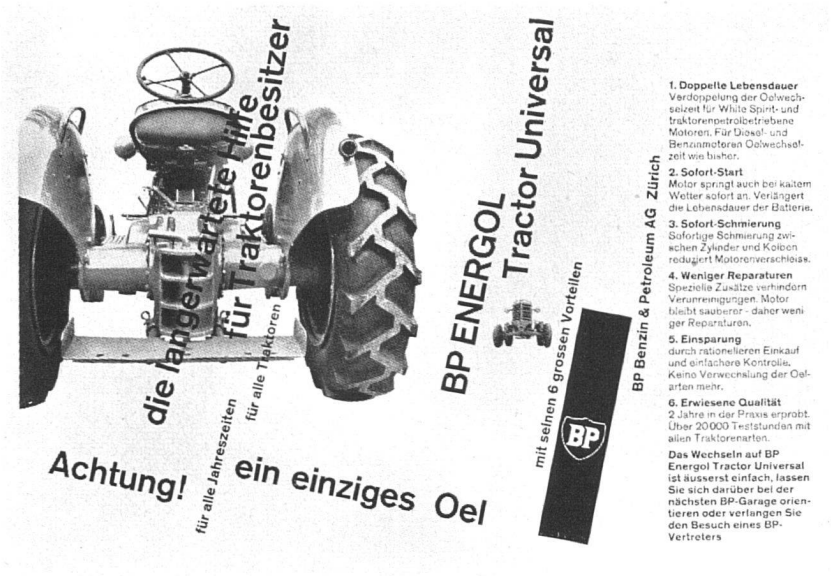
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Siegfried Odermatt
und Walter Zürcher

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 meistverbreiteten 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.

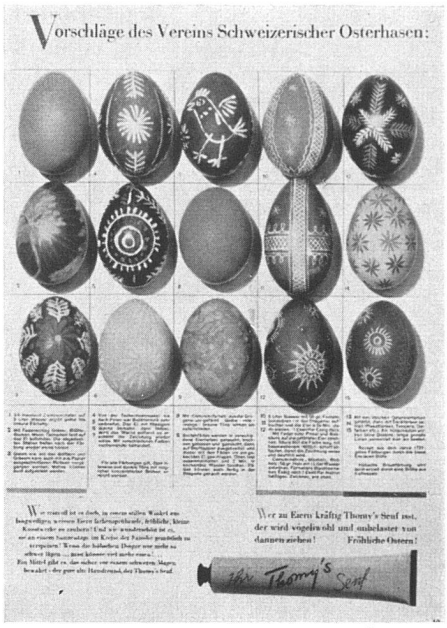
Die Schuld an dieser fehlenden Anpassung, an dieser Flachheit trifft nur zum Teil den Grafiker. Die größere Verantwortung liegt beim Auftraggeber, der nur zu oft mangelnde Einsicht und wenig Mut zeigt, den Rahmen der Anzeigenseiten durch Inserate zu sprengen, die mit zweckgerechten, gegenwartsgetreuen 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.



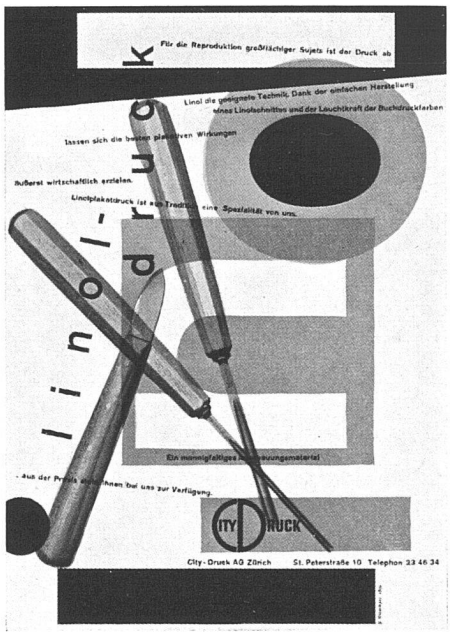
2
Schuhfabrik Löw
Entwurf: Otto Glaser, Soragno Davesco TI, 1955
Chaussures Löw
Löw Shoe Factory

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



3





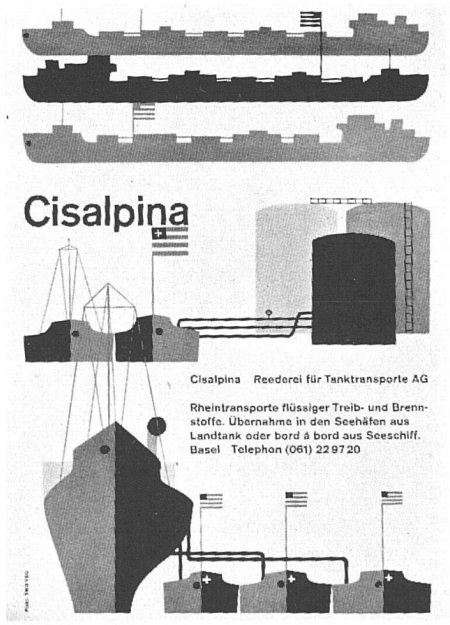
5

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

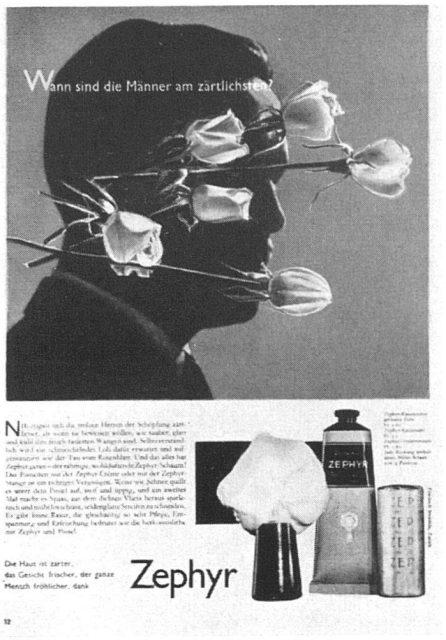
7–9
Zephyr-Rasiercrème
Entwurf: Fritz Bühler SWB/VSG, Basel, 1955
Crème à raser Zéphyr
Zephyr Shaving Cream

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

6
Reederei für Tanktransporte
Entwurf: Celestino Piatti SWB/VSG, Basel, 1954
Armateur de bateaux-citernes
Fitting out for Tank Transport



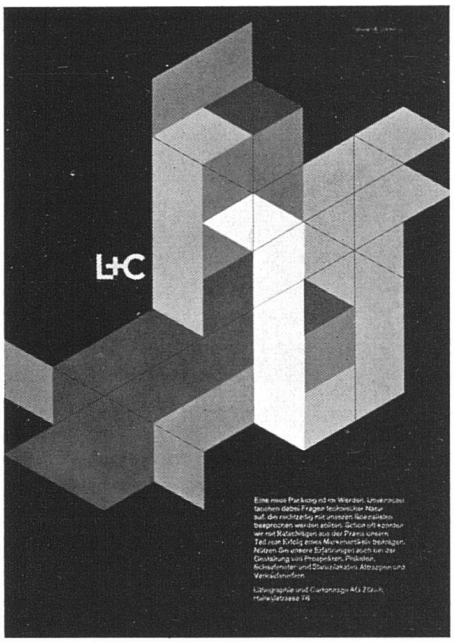
7



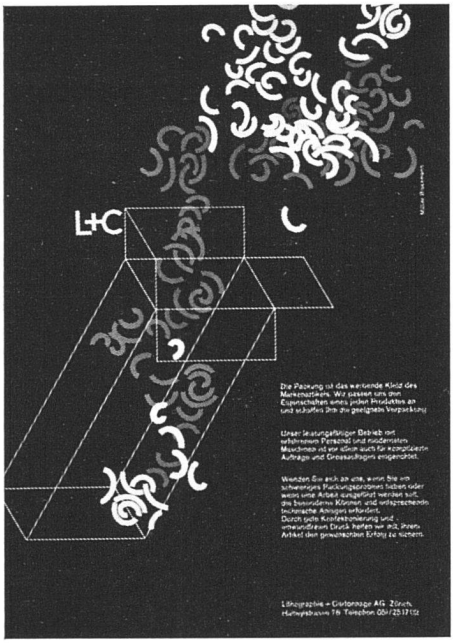
8



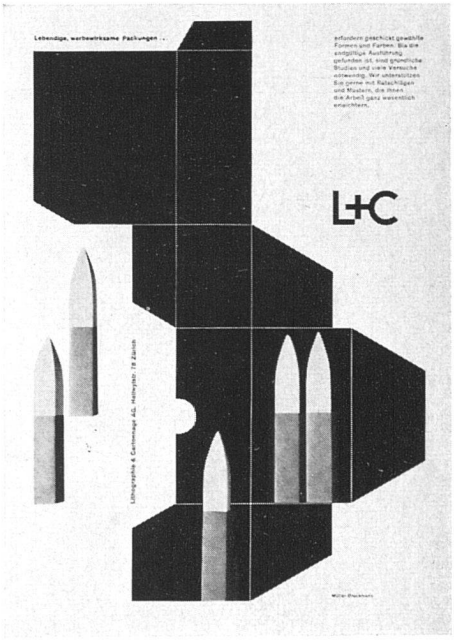
9



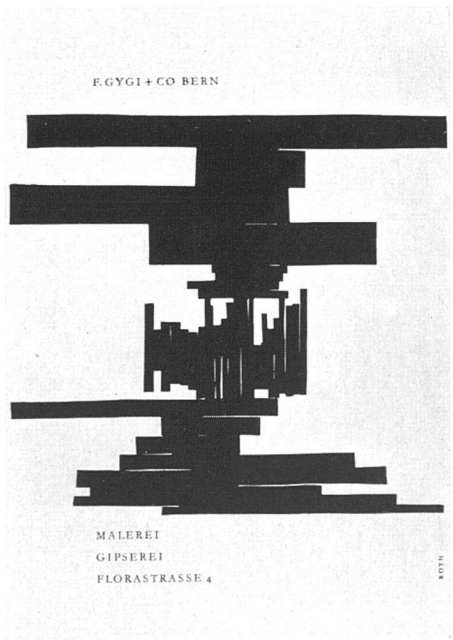
10



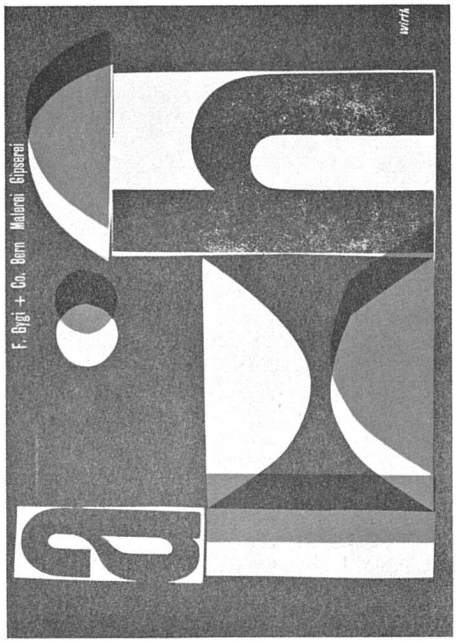
11



12



13



14

13
F. Gigy & Co. Malerei, Gipserei
Entwurf: Dieter Roth SWB, Bern, 1954
F. Gigy & Cie. Peinture et Gypserie
Gigy & Co., Berne. Painters and Plasterers

14
F. Gigy & Co. Malerei, Gipserei
Entwurf: Kurt Wirth SWB/VSG, Bern, 1953
F. Gigy & Cie. Peinture et Gypserie
Gigy & Co., Berne. Painters and Plasterers