

Zeitschrift: Der klare Blick : Kampfblatt für Freiheit, Gerechtigkeit und ein starkes Europa

Herausgeber: Schweizerisches Ost-Institut

Band: 1 (1960)

Heft: 8

Artikel: Der Osten greift zum Inserat und die Werbung sagt die Wahrheit

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1076339>

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: 14.01.2026

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

Der Osten greift zum Inserat und

DIE WERBUNG SAGT DIE WAHRHEIT

SCHLUSS *

Bekleidung ist ein Hauptinserent. Allerdings sind Illustrationen selten und von grosser Primitivität (siehe Inserat «Femeia», KB, 9. März). Es wird bekanntgegeben, dass Konfektion zu erschwinglichen Preisen und in verschiedenen Modellen erhältlich ist.

Kosmetika werden meist nur in Aufzählungsform angezeigt. «Nützliche und erfreuliche Geschenke sind im Kosmetikladen zu finden. Reiche Auswahl an Parfüms und kosmetischen Mitteln», inseriert «Femeia». In Ungarn steht es etwas besser. Selbst die Parteizeitung «Nepszabadság» brachte anfangs 1959 eine Anzeige für Revlon.

Das sich verbreitende **Fernsehen** ist etwas einfälliger. «Wollen Sie das Friedensrennen (Radkonkurrenz) Berlin—Prag—Warschau in seiner Gesamtheit verfolgen? Kaufen Sie den Belwedder-Apparat der Warschauer Televisions-Werke», inserierte die «Trybuna Ludu» im April 1959. Die Lockerung in Polen brachte auch **Ratenkäufe**: «Möbelhäuser ... nehmen nicht nur Barzahlung entgegen, sondern gewähren auch bequeme Teilzahlungen», stand im Mai 1959 im «Express Wieczorny». In der polnischen und ungarischen Presse fällt die relativ hohe Zahl von Inseraten für teure Luxusartikel auf. Man darf annehmen, dass die Inserate auf die «neue Klasse» abzielen, die vermehrt in den Oststaaten irgendwie zu Geld gekommen ist. Dass **Dienstleistungen** einen Teil der Inserate ausmachen, tönt zunächst erstaunlich. Das kommt daher, dass die stalinistische Periode diesen Zweig total vernachlässigte. Ausserhalb der Hauptstädte ist eine gute Reparaturwerkstatt, eine gute Wäscherei kaum zu finden. Wegfallen eines jeden Luxus' und Unterdrückung aller Initiative charakterisierten die Stalin-Aera. Erst jetzt gliedern bestehende Betriebe handwerkliche Reparaturwerkstätten an. In der tschechischen Presse stand 1959 zu lesen: «Wichtige Bekanntmachung! Die Volksbetriebe „Meopta“ stellen ihre Dienste jetzt auch Amateurphotographen zur Verfügung ... Reparaturen von Kameras für die Gebiete Pilsen, Karlovy und Budejovice werden ... in Pilsen durchgeführt.» Das hiesse in der Schweiz, dass Kamerabesitzer von Genf, Bern und Zürich ihre Kameras jetzt in Zürich reparieren lassen können. Oder: «Die „Ecarisajul“-Betriebe ... vertilgen Mäuse, Ratten, Wanzen usw. ... Besonders geschultes Personal. Seit dem 1. Januar reduzierte Preise. Wir treffen auch Abmachungen für allmonatliche Vertilgungsaktionen.» (Beide Inserate Februar 1959, «Informatia Bucurestilor».)

Unterhaltung und Erholung sind ein weiteres Gebiet für Inserate. Es erscheinen Anzeigen von Restaurants, Nachtlokalen und staatlichen Reisebüros, wobei allerdings Reisen innerhalb des Ostblocks dominieren und dazu viel weniger häufig als in der westlichen Presse sind.

Auch in Polen sind Anzeigen von Restaurants einfach: «Das „Polonia“-Restaurant ... lädt Sie zum Frühstück, Mittag- und Abendessen ein. Unsere Küche wird vom

berühmten Küchenchef Wincenty geleitet. Wir nehmen Bestellungen für Festessen und Gesellschaften entgegen.»

Bei all diesen Anzeigen fällt der grundlegende Unterschied zum Westen auf. Hier handelt es sich nicht darum, Konkurrenz zu übertrumpfen. Es geht nur darum, einem noch nicht verwöhnten Publikum mitzuteilen, dass gewisse lang entbehrte Dinge jetzt zu haben sind: Kosmetika im bestimmten Geschäft; Kuren für Nervenleiden im bestimmten Kurort; Ungeziefervertilgung beim bestimmten Unternehmen und erst noch im Abonnement; Gesellschaftssessen in einem Restaurant.

Gewisse Probleme, die mit dem Puritanismus der Ostregime zusammenhängen, sind aus der Werbung ersichtlich. So entschliessen sich die kommunistischen Behörden nur mit Mühe, Anzeigen für Alkohol zuzulassen. Immerhin tauchen in Ungarn und Polen hin und wieder solche Anzeigen auf. Bücher werden auch kaum durch Werbung an den Mann gebracht. Der Staat kontrolliert die Publikationen schärfer als irgendeinen anderen Artikel. Auswahl gibt es nicht viel außer auf wissenschaftlich-technischem Gebiet. Immerhin erschienen z.B. Anzeigen für die neue «Kleine Sowjetische Enzyklopädie» und die «Enzyklopädie für Kinder» in russischer Sprache in der bulgarischen Presse. Ein weiteres typisches Bild sind die **Heiratsannoncen**. «Hübsche Frau sucht zwecks Ehe anständigen Herrn über 60 mit Wohnung.» «Pensionierter bietet Frau zwischen 35 und 40 mit kleinem Haus und Garten sorgloses, angenehmes Leben.» Aus diesen Anzeigen in Polen und Ungarn spricht die Hauptsorge: Die Wohnungsfrage.

Die Wohnungsfrage zeigt sich auch in den paar **Immobilienanzeigen**, wo riesige Summen für jedes kleinste Objekt geboten werden.

Auch **Kapital** ist stets in beschränktem Umfang vorhanden und sucht Arbeitsmöglichkeiten. «Suche Beteiligung an kleinem Unternehmen gleich welcher Art. Verfüge über 20 000 Forint» (Magyar Nemzet, Budapest, 10. Januar 1958). Auch Privatinvestitionen wagt sich in letzter Zeit ver-



O FOTÉR

WERRA III. Ara: 1800 Ft. + tok 200 Ft.
SUPER DOLLINA II. Ara: 1800 Ft.
+ tok 200 Ft.

Grösstes und einziges graphisch gestaltetes Inserat (11x10,5 cm) der ungarischen Parteizeitung «Nepszabadság», 9. März 1960. Der einfache Photoapparat kostet 2000 Forint. Ein Arbeiter verdient durchschnittlich pro Monat 1400 Forint.

1960

**noch besser gekleidet
in den Frühling**

Herren-Anzug
Bla-Wolle, blau, grau, gestreift 1 • 196.-

Herren-Anzug
Bla-Wolle, grau, Glanzstiel 1 • 1 • 238.-

Herren-Anzug

10 1/2 Wolle, oliv 1 • 1 • 1 • 266.-

Herren-Anzug

10 1/2 Wolle, dunkelgrau 1 • 1 • 355,50

Herren-Mantel

reine BW., mit austauschb. Plaid. u. K.S.-Futter 1 • 122.-

Herren-Mantel

Bla-Wolle, mod. Form, grau 1 • 1 • 142.-

Herren-Ubergangsmantel

Bla-Wolle, grau 1 • 158.-

Herren-Mantel

70 1/2 Wolle, grau, gemustert 1 • 1 • 172,50

Herren-Sakko

Bla-Wolle, mod. Kari 1 • 1 • 1 116.-

Herren-Klubsko

Bla-Wolle, braun und blau 1 • 1 126.-

Herren-Rundbundhose

Bla-Wolle, in allen Farben 1 • 1 46,40

Mäntel, Anzüge und Kombi.-Anzüge
für die Jugendliche in großer Auswahl



Unsere Öffnungszeiten zur Messe:
Werktag von 9—19 Uhr, sonntags von 10—19 Uhr
Bitte beachten Sie unsere Spezial-Schaufenster!

PETERSSTR. MERSEBURGER SIR.

Grösstes Inserat (20x13 cm) der «Leipziger Volkszeitung», 4. März 1960, während der Leipziger Messe. Durchschnittslohn eines Arbeiters: 400 DM Ost.

mehr hervor: «Partner mit Kapital von Kleinunternehmen gesucht, das auch für Export arbeitet. Bis zu 20 000 bis 30 000 Forint.» «Magyar Nemzet». Auch Stellengesuche erscheinen, sind aber meist von Leuten aufgegeben, die eine Pension durch Nachhilfestunden verbessern möchten. Meist lassen sich Stellensuchende beim Arbeitsamt eintragen und verfolgen die paar Angebote in der Presse.

Die «neue Klasse» macht sich auch bemerkbar. So stand in «Zycie Warszawy» am 24. April 1959 eine Annonce: «Gesucht Haushälterin, kinderliebend. Sehr gute Bedingungen. Referenzen erwünscht.» Oder es wird gegen Naturallohn gearbeitet, um ein Dach über dem Kopf zu haben: «Aeltere Frau, gute Köchin, sucht Arbeit in kleiner Familie. Verrichtet gegen Unterkunft auch Hausarbeit.»

Selbst bei den fortschrittlicheren Blättern sieht der Inseratenteil wie eine Kleinanzeigenseite in einem offiziellen «Anzeiger» aus. «Neszabadság», das ungarische Parteiblatt mit seinem Kleinformat von 30 x 42 cm, enthielt am 9. März 1960 von 12 Seiten 2 volle Seiten Inserate auf 10 Spalten. Davon war nur eines mehrspaltig, 10,5 cm hoch, vier-spaltig, für einen Photoapparat. Dazu kam eine Reklame auf der letzten Seite und eine Randspalte mit 5 Filmprogrammen. Ostdeutsche Zeitungen weisen zahlreiche mehrspaltige Anzeigen auf. Zwar hat das offizielle «Neue Deutschland» nur etwa zwei von zwölf Seiten Werbung, andere Zeitungen etwas mehr, doch der Eindruck ist primitiv, grau und erinnert, trotz etwas lebhafterem Umbrauch als in Rumänien, Bulgarien oder Ungarn, ausgesprochen an einen westlichen Landanzeiger.

Einem deutschsprachigen Publikum kann nur empfohlen werden, regelmässig ostdeutsche Zeitungen zu bestellen und den Inseratenteil sorgfältig zu studieren. Der Unterschied zwischen dem — auch aus der Auslandswerbung sprechenden — Idealbild und der Wirklichkeit des Ostraumes ist kommentarlos ersichtlich.

* Siehe KB, 9. März