

Das Inserat

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

Objektyp: **Article**

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

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

Heft 11: **Sonderheft Grafik**

PDF erstellt am: **21.09.2024**

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.

die längere Lebensdauer
für Traktorenbesitzer

Achtung!
ein einziges Öl
für alle Jahreszeiten
für alle Traktoren

BP ENERGOL
Tractor Universal

mit seinen 6 grossen Vorteilen

BP Benzin & Petroleum AG Zürich

- 1. Doppelte Lebensdauer**
Verdoppelung der Ölwech-
selzeit für White Spirit- und
Traktorenstriebebenzene
Motoren. Für Diesel- und
Benzinmotoren Ölwechsel-
zeit wie bisher.
- 2. Sofort-Start**
Motor springt auch bei kaltem
Wetter sofort an. Verlängert
die Lebensdauer der Batterie.
- 3. Sofort-Schmierung**
Sofortige Schmierung zwi-
schen Zylinder und Kolben
reduziert Motorverschleiss.
- 4. Weniger Reparaturen**
Spezielle Zusätze verhindern
Verunreinigungen. Motor
bleibt sauberer - daher weni-
ger Reparaturen.
- 5. Einsparung**
durch rationaleren Einkauf
und einfachere Kontrolle.
Keine Verwechslung der Öl-
arten mehr.
- 6. Erwiesene Qualität**
2 Jahre in der Praxis erprobt.
Über 20000 Teststunden mit
allen Traktorenarten.

Das Wechseln auf BP
Energol Tractor Universal
ist ausserst einfach. Lassen
Sie sich darüber bei der
nächsten BP-Garage orien-
tieren oder verlangen Sie
den Besuch eines BP-
Verkäufers.

- 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 GröÙe 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.

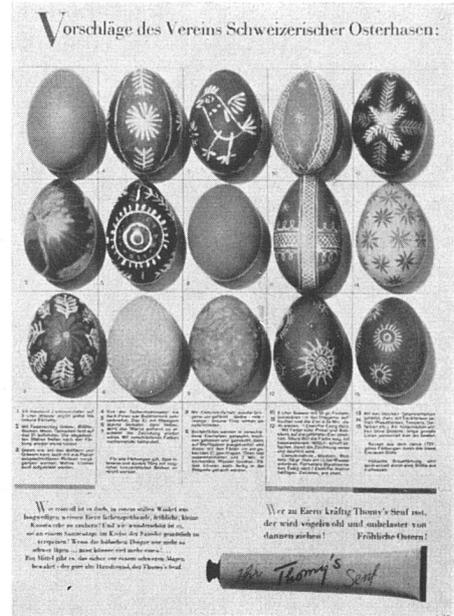
Die Schuld an dieser fehlenden Anpassung, an dieser Flachheit trifft nur zum Teil den Grafiker. Die größere Verantwortung liegt beim Auftraggeber, der nur zu oft mangelnde Einsicht und wenig Mut zeigt, den Rahmen der Anzeigenseiten durch Inserate zu sprengen, die mit zweckgerechten, gegenwartsgetreuen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

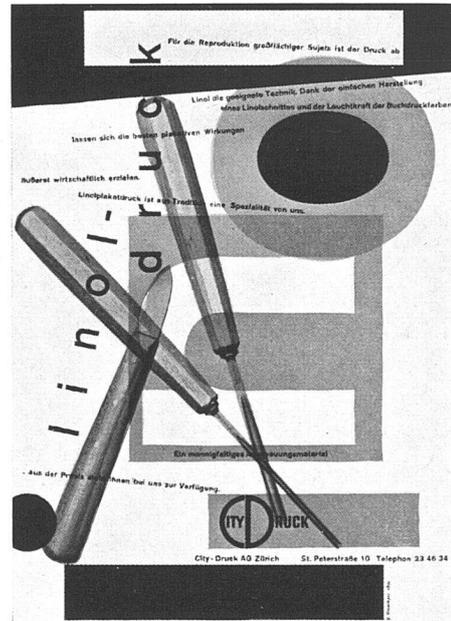


4
Cigarettes Gauloises
 Entwurf: Hans Falk SWB/VSG, Zürich, 1953/54
 Reklameberater: Victor N. Cohen BSR, Zürich
 Cigarettes Gauloises
 Gauloises Cigarettes

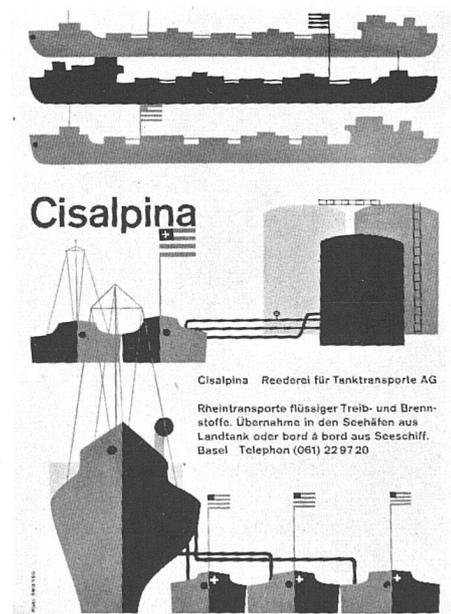
5
Buchdruckerei City-Druck
 Entwurf: Siegfried Odermatt SWB/VSG, Zürich, 1953
 Imprimerie City-Press
 Printers, City-Press

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

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



5



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

6

