

NDB-Artikel

Strauf, Hubert Heinrich Werbeberater, * 7. 4. 1904 Essen, † 6. 8. 1993 Essen, = Essen, Ostfriedhof (katholisch)

Genealogie

V →Hubertus (1873–1947), Küfermeister im Kruppschen Weinhandel in E.;

M Theresia Stemmer (1871–1956);

3 B Heinz (1907–61), Elektro- u. Installationsgroßhandelskaufm., Untern. in E., Hans (1913–85), Drucker- u. Setzermeister, Untern. in E., Alfred (1916–90), Drucker, Untern. in E.;

- ♂ Essen 1934 Hilde Helf (1909–69);

2 S Burkard (* 1937, ♀ Barbara Margarete Seynsche, * 1936, Lehrerin f. Sport u. Biol.), Werbeberater in E., Hans-Georg (* 1946), Dr. rer. pol., Dipl.-Volkswirt, Dezernent f. Steuerung u. Service b. d. Freien u. Hansestadt Hamburg, 1 T Veronika (* 1938, ♀ Peter M. Cristofolini, Werbephograph, Graphiker, Werbeberater), Dolmetscherin, Assistentin d. Geschäftsführung d. „Die Werbe“-Gruppe in E.

Leben

Nach dem Besuch der Realschule in Essen begann S. 1918 eine Lehre als Schreibgehilfe in der „Fried. Krupp AG“, besuchte daneben die Essener Kunstgewerbeschule in Abendkursen und bildete sich anschließend an der Städt. Höheren Handelsfachklasse fort. Seit 1922 absolvierte S. eine siebensemestrige Lehre als Werkstudent der Gebrüder Lohmann, Hersteller von Babywaagen, wo er ein neues Waagen-Design entwickelte, einen Werbeprospekt erstellte und ein Leasing-Vertriebssystem einsetzte. Um seine Kenntnisse auf dem Gebiet der Werbung zu vertiefen, studierte S. 1924–27 an der Univ. Köln Psychologie, Soziologie und Betriebswirtschaftslehre (Dipl.-Betriebswirt 1927), letzteres bei →Eugen Schmalenbach (1873–1955); zugleich belegte er Werbekurse bei →Rudolf Seyffert (1893–1971). Nach Stationen als Organisator, Schrift- sowie Werbeleiter im Verbandswesen erhielt er Anfang der 1930er Jahre eine Anstellung als Werbetexter bei „Henkel & Cie.“ in Düsseldorf. Da S. sich auch als Vorsitzender des Kath.-kaufmännischen Vereins engagierte, wurde er nach 1933 durch die Nationalsozialisten behindert und seine Anstellung bei „Henkel & Cie.“ gekündigt. Daher machte er sich als Werbe- und Verkaufsberater 1934 zunächst allein unter dem Namen „Werbe-Strauf“ in Essen selbständig, bis er 1938 mit dem Freiburger Verkaufsberater Alfred Weiß (1905–54) die Sozietät „Strauf und Weiß gemeinsam“ gründete. Der Kriegsdienst 1939–45 unterbrach S.s Berufslaufbahn. Nach Kriegsende übte er

zwangsweise für zwölf Wochen eine Dolmetscher- und Organisationstätigkeit in Entlassungslagern der US-Army aus. Seit Ende 1946 arbeitete S. wieder als selbständiger Werbeberater und gründete mit fünf Gesellschaftern die in der Werbewirtschaft legendäre Werbeagentur „Die Werbe GmbH & Co.“ in Essen. Diese Namensgebung bezog sich auf die von dem Sprachforscher →Hans Lorenz Stoltenberg (1888–1963) beeinflusste, in der Werbewirtschaft aber nie durchgesetzte „Werbepsprachlehre“ von →Johannes Weidenmüller (1881–1936), in dessen „Pankower Kreis“ S. 1925/26 als externer Schüler ein Fernstudium absolviert hatte. 1949 veröffentlichte S. zusammen mit Ernst Braunschweig, dem Leiter der Arbeitsgruppe Marktforschung der „Die Werbe GmbH & Co.“, die Ergebnisse einer 1948 in der brit. Besatzungszone durchgeführten Zufallsbefragung von 90 231 Personen zu deren Erinnerungsvermögen an Produktmarken. Die Studie hatte regionale Schwerpunkte in Köln, dem rhein. Industriegebiet, im Raum Oldenburg-Bremen sowie im nördlichen und südlichen Westfalen. Die Ergebnisse wurden als „Markenwissen“ ausgewiesen und als Arbeitsgrundlage für die künftige Markenwerbung genommen.

Zu den frühesten Auftraggebern seit 1946 gehörten die „Vivil A. Müller GmbH & Co. KG“ sowie die „Herta GmbH“. In den 1950er Jahren folgten „Henkel & Cie“ mit der Markenentwicklung von „Pril“-Spülmittel, Gemeinschaftswerbungen für Stahl, Kohle, Obst- und Gemüsekonserven sowie Werbekampagnen für unterschiedliche Konsum- und Investitionsgüter. Kultstatus erreichte der 1954 eingeführte Coca-Cola-Slogan: „Mach' mal Pause, trink' Coca-Cola“. Seit 1956 baute S. als geschäftsführender Gesellschafter die Werbeagentur zu einer internationalen Firmengruppe mit Tochterfirmen in Hamburg, Köln, Düsseldorf, Wien, Paris und Zürich aus. Für den Stammsitz der „Die Werbe GmbH & Co.“ wurde 1954 in Essen ein eigenes Bürohaus („Haus der Werbung“) erworben. 1957 prägte S. im Bundestagswahlkampf den CDU-Slogan „Keine Experimente!“ für Konrad Adenauer. Den Zenit des Erfolges erreichte die Werbeagentur 1962 mit über 200 Mitarbeitern und einem geschätzten Jahresumsatz von ca. 50 Mio. DM.

1926 war S. dem Verband Deutscher Reklamefachleute e. V. beigetreten; seitdem bemühte er sich um die Professionalisierung seines Berufsstandes. Er war Mitbegründer diverser Werbeverbände (z. B. Marketing-Club Essen e. V.) und der Werbefachschule Köln; besonders wichtig war sein Engagement im Vorstand der Gesellschaft Werbeagenturen e. V. (1956–59, Vors. 1960–63) und bei der Neugründung des Bundes Deutscher Werbeberater und Werbeleiter e. V. (BDW). In dessen Prüfungskollegium hatte S. 1953–67 den Vorsitz inne. 1946 gründete er die Werbefachzeitschrift „Werbung und Verkauf“ und war deren Mitherausgeber bis 1963, als er sie in die Fachzeitschrift „absatzwirtschaft“ überführte. 1971 übergab S. die Leitung der Werbeagentur an seinen Sohn Burkard. Als die Agenturgruppe 1974 in die internationale Holding „Werbe-Euro-Advertising“ mit Sitz in Amsterdam, später Paris, umgewandelt wurde, blieb S. als Seniorberater und Beiratsvorsitzender in geringem Umfang für Sonderaufgaben langjähriger Klienten verantwortlich. S. zählt zu den einflußreichsten Werbern der frühen Bundesrepublik, der mit der Entwicklung bzw. Betreuung von über 500 Konsumgütermarken und PR-Kampagnen für Wirtschaft und Politik maßgeblichen Anteil am Wiederaufbau der westdt. Werbewirtschaft hatte.

Auszeichnungen

A Ehrenmitgl. d. Ges. Werbeagenturen (1964);

Dr. Kurt Neven DuMont-Medaille (1978);

Hall of Fame d. Wirtsch.Woche (2001);

Ehrenring d. Bundes Dt. Werbeberater u. Werbeleiter e. V.;

Komturkreuz d. päpstl. Ordens v. hl. Silvester (1969).

Werke

Bilanz d. Marke, 1949;

Gemeinschaftswerbung – eine Patentlösung?, in: Werbung im Lichte d. Kritik, hg. v. P. Kettel, 1953, S. 107 ff.;

Werber u. Verkäufer sind kongenial, ebd., S. 105;

Wesen u. Formen d. Werbung, in: Der Markenartikel, Monatsschr. z. Förderung d. Qualitätsware 16, H. 5, 1954, S. 208–11;

Die moderne Werbeagentur in Dtl., 1959;

Das aussichtsreiche Gebiet d. Werbung, 1963;

Der Wirtschaftswerber als Beruf in Gegenwart u. Zukunft, in: Werbung im Europamarkt, hg. v. Zentralausschuß d. dt. Werbewirtsch., 1963, S. 178–92;

Probleme d. Werbung in d. modernen Unternehmensführung, 1965;

Stoltenberg`s Werbelehre, 1965;

der werbwart, Zum 100. Geb.tag d. Werbers, Forschers u. Lehrers Johannes Weidenmüller, 1981;

Anfänge d. Werbewesens, Votr. an d. Ruhr-Univ. Bochum am 4. Dez. 1984, in: Pioniere d. Nachkriegs-Publizistik, hg. v. H.-D. Fischer, 1986, S. 115–39.

Literatur

M. Merkel, Vorbilder, 12 Kreative, die d. Bild d. Werbung bestimmt haben, 1987 (P);

R. Gries, V. Ilgen u. D. Schindelbeck, Die Ära Adenauer, Zeitgesch. im Werbeslogan, in: Journal Gesch. 3, 1989, S. 9–15;

R. Gries, Zum Selbstbild westdt. Werbeunternehmer d. Nachkriegszeit, in: Geschäft mit Wort u. Meinung, Medienunternehmer seit d. 18. Jh., hg. v. G. Schulz, 1999, S. 251-74.

Autor

Gerulf Hirt

Empfohlene Zitierweise

, „Strauf, Hubert“, in: Neue Deutsche Biographie 25 (2013), S. 492-493
[Onlinefassung]; URL: <http://www.deutsche-biographie.de/>

02. Februar 2024

© Historische Kommission bei der Bayerischen Akademie der Wissenschaften
