

# History Sheet

Betty Bossi steht seit über 50 Jahren für kulinarische Kompetenz und ist eine der bekanntesten Marken in der Schweiz. Als Leader im Schweizer Markt positioniert sich Betty Bossi über Printprodukte («Betty Bossi Zeitung», Kochbücher usw.), in der digitalen Welt (Onlinemarkt, Social-Media-Plattformen usw.), über frische Fertigprodukte bei Coop und über praktische Küchen- und Haushaltshelfer.

## 1956

Die zweiseitige «Betty Bossi Post» erscheint erstmals auf Deutsch und Französisch und liegt gratis in Lebensmittelgeschäften auf. «Was soll ich heute kochen?» – eine Frage, die immer aktuell bleibt und auf welche die «Betty Bossi Post» die Antwort parat hat. Indem einige Rezepte Produkte des Herausgebers Unilever (Sais/Astra) enthalten, betreibt dieser gezielt Eigenwerbung.



## Mitte 60er

Die «Betty Bossi Post» erscheint nun alle sechs Wochen. In den Folgejahren wechselt jeweils der Untertitel: von «Beratung für praktisches Kochen und Haushalten» über «die hausfrauliche Rundschau der Astra» bis zu «Aktuelle Zeitung für Ernährungsprobleme, Koch- und Haushaltsfragen».

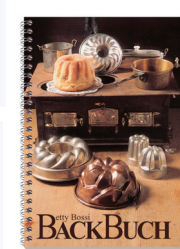
## 1966

Das Abonnementsystem (8 Ausgaben für CHF 2.–) wird eingeführt. Betty Bossi hat in kürzester Zeit einen grossen, ständigen Leserkreis. Obwohl die Abozahl in den folgenden Jahren kaum weiter steigt und die Geschäftsleitung wiederholt ans Aufgeben denkt, überlebt die Zeitung.



## 1972

Aus der «Betty Bossi Post» wird – inhaltlich und gestalterisch aufgefrischt und den aktuellen LeserInnen-Bedürfnissen angepasst – die «Betty Bossi Fachzeitung für modernes Kochen und Haushalten». 9 Ausgaben an 12 Seiten kosten im Abo CHF 5.80.



## 1973

In Zusammenarbeit mit Hauswirtschaftslehrerinnen entsteht das erste Kochbuch, das «BackBuch» – ein Meilenstein in der Unternehmensgeschichte!

## 1977

Gründung der Betty Bossi Verlag AG und Abnabelung vom Mutterkonzern Unilever. Betty Bossi wird ein eigenständiges, unabhängiges Unternehmen. Das neue Konzept basiert auf der Gestaltung einer vertrauenswürdigen, sachbezogenen und qualitativ hochstehenden Fachzeitung für Kochen und Haushalten. Mit einem sprunghaften Anstieg der Abozahlen übertrifft die Betty Bossi Zeitung alle Erwartungen. Eine neue Ära beginnt!

## Ende 70er

Ab sofort können AbonnentInnen exklusiv von den Betty Bossi Spezialangeboten profitieren – nützliche und clevere Utensilien für Küche und Haushalt, um Arbeit und Zeit zu sparen. Wie zum Beispiel der inzwischen legendäre «Küchenblitz» mit dem in Tausenden Schweizer Haushalten Rahm geschlagen wird.



**1986**

Die Betty Bossi Kochschule wird eröffnet. Die ersten Kurse sind: Grundkochkurs, Chinesisch, Italienisch, Vegetarisch, Brotbacken, Fischkochkurs und Raffiniertes für Gäste zum Vorbereiten.



**1995/1998**

Ringier übernimmt die Betty Bossi Verlag AG. Betty Bossi geht online unter [www.bettybossi.ch](http://www.bettybossi.ch).



**2001**

Auf SF2 startet die Betty Bossi TV-Koch- und -Quiz-Show «al dente». Coop übernimmt von Ringier 50 Prozent der Betty Bossi Verlag AG. Betty Bossi versendet erstmals ihren kulinarischen Newsletter.

**2002**

Coop führt im Fresh-Convenience-Bereich gemeinsam mit Betty Bossi die Kompetenzmarke IDEE BETTY BOSSI ein. In Zusammenarbeit mit Betty Bossi und Gault Millau lanciert die «Schweizer Illustrierte» das kulinarische Magazin «al dente». Betty's Kitchen erscheint in China in Kooperation mit Ringier.



**2004**

«al dente» auf SF2 erfreut sich mit durchschnittlich 740'000 ZuschauerInnen grosser Beliebtheit und wird neu ab Herbst jeden zweiten Montagabend auf SF1 ausgestrahlt.



**2005**

Die «Betty Bossi Zeitung» mit einer Auflage von rund 900'000 Exemplaren die erfolgreichste und grösste Kochzeitung der Schweiz, präsentiert sich in neuem Layout. Das Westschweizer Fernsehen adaptiert die Sendung «al dente» auf TSR1 für die Romandie. Lancierung der Betty Bossi Rezeptfactory zur spezifischen Rezeptentwicklung für Dritte.

**2007**

Im April erscheint das neue Magazin «bossi». Das Magazin dreht sich um Genuss, Freizeitqualität, Gastlichkeit und richtet sich primär an Männer. Aufgrund der geringen Marktakzeptanz wird das Magazin per Ende Jahr wieder eingestellt.



**2008/2009**

Ausbau des Bereichs Food Consulting durch die Übernahme weiterer Aufträge von Coop. Systematischer Aufbau des Lizenzgeschäfts für die Vergabe von internationalen Lizenzen.

**2010**

Nach zehn erfolgreichen Jahren wird die deutsche Version der Betty Bossi TV-Koch- und -Quiz-Show «al dente» eingestellt und ein Nachfolgeformat entwickelt. Lancierung des individualisierbaren Kochbuchs «on demand».

**2011**

Die Betty Bossi Kochschule richtet sich neu aus und bietet kulinarisches Wissen online über das Koch-Center an. Im April startet die neue TV-Kochsendung «Ab in die Küche» als Nachfolgeformat von „«al dente», wird jedoch aufgrund zu geringer Einschaltquoten nach fünf Sendungen wieder eingestellt. Betty Bossi lanciert in Zusammenarbeit mit SRF3 die Radio-Kochsendung «SRF3 chocht fein»: Jeden Freitag um 11 Uhr kocht Jan Hofmann ein Gericht für SRF3-Hörer. Betty Bossi goes Social Media.



**2012**

Im Dezember verkauft Ringier seinen 50%-Aktienanteil an Coop. Betty Bossi wird eine 100%ige Coop Tochterfirma.