

Zeitschrift:	Schweizerische Zeitschrift für Vermessungswesen und Kulturtechnik = Revue technique suisse des mensurations et améliorations foncières
Herausgeber:	Schweizerischer Geometerverein = Association suisse des géomètres
Band:	32 (1934)
Heft:	2
 Artikel:	Stadtpläne und Reklame
Autor:	Bertschmann
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-194671

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: 12.01.2026

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

Bearbeitung ist noch heute, ergänzt durch Nachträge neuesten Datums, die gebräuchliche, im Handel befindliche Ausgabe der Siegfriedkarte.

In die Epoche 1881—1910 fallen besondere trig. Arbeiten, die im *Festungsgebiet* des St. Gotthard im Jahre 1893 begonnen wurden. Die Detailtriangulationen im Gebiete des untern Bedrettotales von Airolo und Quinto umfaßten 119 Neupunkte; eine Ausdehnung in nördlicher Richtung bis zum Gotthard erschloß weitere Gebiete, in welchen detaillierte topographische Aufnahmen für Festungszwecke vorgenommen wurden.

Inzwischen waren auch im Kanton Tessin Forstvermessungen angeordnet worden, die sich nach dem eidg. Forstgesetz vom 24. März 1876 auf eine Triangulation stützen mußten, falls sie auf die eidg. Subvention Anspruch machen wollten. So entstanden in den Jahren 1900—1910 5 Forstriangulationen IV. Ordnung in Bosco d'Origlio, Dalpe, Rivera (Wildbäche Venigo, Zarigo), Arogno-Melide und Quinto-Faido, von den Tessiner Geometern Gianella, Fontana und Piffaretti erstellt, mit total 176 Neupunkten, die an die Triangulation Pianca-Gianella angeschlossen wurden.

Erwähnenswert ist eine kleine Detailtriangulation, die für die Sondage des Lago Ritom diente, im Auftrag der Schweiz. Bundesbahnen. An die Triangulation Pianca-Gianella wurden die bisher ohne Anschluß an die eidg. Triangulation erstellten Gemeindetriangulationen angeschlossen. So stützen sich die Gemeindevermessungen von Castagnola, Biasca, Minusio, Loco und andere auf die neue kantonale Triangulation.

(Schluß folgt.)

Stadtpläne und Reklame.

Die Schrumpfung des Fremdenverkehrs und das Stocken der Absatzmöglichkeiten lassen naturnotwendig nach Mitteln suchen, durch vermehrte Propaganda das Geschäft wieder zu beleben. Am wenigsten in Krisenzeiten darf man „das Licht unter den Scheffel stellen“. Man muß aber mit beschränkten Mitteln arbeiten und daher mit um so größerer Umsicht nur die erfolgversprechende Werbung aussuchen. Im Interesse der gesamten Volkswirtschaft sollten sich alle Kreise, nicht nur die direkt beteiligten, in diesem Bestreben unterstützen. Seriöse Reklameunternehmungen sind durch Mitarbeit zu fördern, gegen unseriöse Unternehmungen ist Front zu machen, insbesondere

wenn es noch ausländische betrifft, welche sich irgendein schönes Mäntelchen umhängen, unter dem sie ihre unlauteren Interessen, dem Geschäftsmanne das Geld aus der Tasche zu ziehen, ohne ihm dafür Vollwertiges zu bieten, verdecken. Die kritische Betrachtung von Reklamemöglichkeiten ist ja allerdings durch gemachte schlechte Erfahrungen wacher geworden. Aber auch „Reklameunternehmungen“, die wie Pilze aus dem Boden schießen, suchen sich den veränderten Verhältnissen anzupassen und suchen nach Wegen, ihren Geschäften irgendwie einen offiziellen Anstrich zu geben. Mit Vorliebe suchen sie die Interessenausübung öffentlicher Stellen und Aemter zu gewinnen, um dadurch das eigene private Unternehmen unter das Patronat dieser Organe zu stellen und ihm so eine höhere Bedeutung und eine größere Zugkraft zu geben. Die Zurückhaltung in der Erteilung von Inseratenaufträgen soll mit dem Vertrauen, das die offiziellen Körperschaften genießen, überwunden werden.

Eines der bestgeeigneten Mittel, eigene und öffentliche Interessen zusammenzuspannen und unter Vorausstellen der letztern den ersteren zu dienen, bieten Stadtpläne mit Inseratenanhängen. Da Pläne urheberrechtlich geschützt sind, haben in der Regel die Behörden die Erlaubnis zur Benützung ihres Planmaterials zur Kartenerstellung zu erteilen. Sie müssen daher mit großer Vorsicht die an sie gelangenden Gesuche überprüfen und nur dann darauf eintreten, wenn absolute Gewähr vorhanden ist, daß das Unternehmen Allgemeininteressen zu dienen vermag. Die Berater der Behörden in Plansachen sind meistens die Geometer; es dürfte daher angezeigt sein, in unserer Zeitschrift an Hand einiger Beispiele Gesichtspunkte aufzuzeigen, die bei der Würdigung solcher Gesuche beachtet werden sollten. Ein Beispiel:

Ein großer Verband ansässiger Firmen will der Bevölkerung ihre Geschäfte laufend in Erinnerung rufen und erachtet es als vorteilhaft, dies in Verbindung mit einem Stadtplan zu tun. Da besteht einmal keine Gefahr, daß bei der Inseratenakquisition nicht einwandfreie Mittel angewendet werden könnten. Man hat es mit Leuten zu tun, die in ihrem eigenen Interesse eine vollwertige Publikation anstreben. Sie werden auch auf Grund ihrer Geschäftsansichten alle Arbeiten hiefür im Lande vergeben. Wenn dafür gesorgt wird, daß der Plan nur richtige und vollständige Angaben enthält, dient man mit der Unterstützung eines solchen Vorhabens auch einer weiteren Bevölkerung, da ihr mit dem Stadtplan ein wertvolles Orientierungsmittel geboten wird. Ein weiteres Beispiel:

Es soll Planmaterial für die Erstellung einer „Auto-Service-Karte“ überlassen werden. In dieser Karte wären die Garagen, Tankstellen und andere mit dem Autogewerbe zusammenhängende Geschäfte besonders hervorzuheben. Die Kosten der Planerstellung, des Vertriebes desselben u. a. m. sollen aus Inseratenaufträgen herausgewirtschaftet werden. In die Aufstellung werden denn auch nur die Firmen aufgenommen, die einen Inseratenauftrag erteilen. Eine objektive Orientierung für die Automobilisten ist daher nicht gewährleistet. Weiter

ist anzuführen, daß die Geschäftswelt solchen Propagandaunternehmen nur geringen Wert beimißt. Die daraus resultierende Zurückhaltung in der Erteilung von Aufträgen führt dann bei der Inseratenakquisition zu anfechtbaren Praktiken. Um ihre Meinungsäußerung über den Wert einer solchen Publikation für die Automobilisten angefragte Verbände verhalten sich ablehnend. Es ist für die Behörden ratsam, ein solches Unternehmen nicht zu unterstützen. Noch ein Beispiel:

In recht menschenfreundlicher Weise möchte ein Gesuchsteller in einer deutschsprachigen Stadt einen Führer und Plan für fremdsprachige Reisende herausbringen. Ein solch uneigennütziges Beginnen wäre zu begrüßen; doch was läßt sich da von dem Plane viel in die Fremdsprache übersetzen? Wohl nur die Inserate, die auch hier den nervus rerum darstellen dürften, obschon mit der Herausgabe des Werkleins beileibe kein Geschäft bezweckt werden soll! Das Verkehrsbureau, dessen Meinungsäußerung nachgesucht wurde, mahnt zur Vorsicht. Es selbst sorgt durch Aushingabe von fremdsprachigen Orientierungsschriften für die Bedürfnisse der Reisenden. Ein Allgemeininteresse an dem Vorhaben ist somit nicht nachweisbar, es steht sogar zu befürchten, daß die aufgenommenen Inserate mangels eines richtigen Vertriebes der Publikation erfolglos bleiben. Mehr als einmal ist es schon vorgekommen, daß die den Inserenten versprochene Höhe des Auflagedruckes wohl notariell beglaubigt wurde, die Drucksachen aber zum großen Teil in Kisten liegen blieben; denn auch die Verteilung kostet Geld. Ein letztes Beispiel:

Ein ausländisches Unternehmen will einen Stadtplan auf den Markt bringen und begründet sein Vorhaben damit, bei seinen Plänen ein besseres Suchsystem zur Anwendung zu bringen als bei den vorhandenen, und damit den öffentlichen Interessen zu dienen. Ueberwiegt nun dieses Interesse die Nachteile, die in der Konkurrenzierung einheimischer Geschäfte liegen, die von ihren Produkten entsprechend weniger abzusetzen vermögen? Von all den verschiedenen Systemen der Aufsuchung einer bestimmten Oertlichkeit habe ich für den Gebrauch im Bureau sowohl als im Felde keines praktischer gefunden als die aufgedruckte Netzeinteilung. Also Abweisung des Gesuches! Doch bald kommt ein biederer Landsmann als Strohmann. Diesmal soll eine Gebühr für die Planbenützung bezahlt, der Plan nicht verkauft, sondern anlässlich von Ausstellungen und anderen Veranstaltungen gratis abgegeben werden. Wie schön, Gratispläne zu erhalten! Die unentgeltliche Abgabe des Planes würde aber auch da nur durch Inseratenaufträge ermöglicht, für die das Geld wie auch für den Druck ins Ausland ginge. Wir besitzen leistungsfähige kartographische Institute und Druckereien, deren Schutz auch in diesem Falle die höhern Interessen verkörpert.

Gegenüber allen Gesuchen um Ueberlassung von Planmaterial zur Herstellung von Stadtplänen empfiehlt sich eine große Zurückhaltung in der Erteilung von Bewilligungen im Interesse der gesamten Volkswirtschaft.

Bertschmann.