

Zeitschrift: Heimatschutz = Patrimoine

Herausgeber: Schweizer Heimatschutz

Band: 1 (1905-1906)

Heft: 6

Artikel: Contre l'afficheè

Autor: Loosli, C.A.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-170144>

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: 09.01.2026

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

Wenn sich alle Angehörigen unserer verschiedenen Industrien und des Handels übrigens den gleichen Reklame-Spektakel erlauben wollten wie unsere Schokoladefabrikanten — und warum hätten sie nicht auch das Recht dazu — wohin würde uns das führen! In unserem papierten Zeitalter fehlt es niemand an Gelegenheit, seine Produkte genügend bekannt zu machen, die aufdringliche, verletzende Plakat-Reklame ist dazu nicht nötig.

Ist man sich aller dieser Dinge in weiteren Kreisen einmal bewusst geworden, so sollte es nicht mehr sehr schwierig sein, unsere Behörden, ja unser ganzes Volk zu einem energischen Auskehren zu veranlassen. Der einfache, schlichte, jedem Schwindel abholde Sinn unserer Bevölkerung empfindet das sich breit machen und hervortreten Einzelner als etwas Fremdes, Unschweizerisches, man könnte fast sagen als etwas Undemokratisches. Für sehr viele hat es auch etwas Beschämendes zu sehen, wie einzelne Haus- und Landeigentümer wegen kleinen Entschädigungen, die zudem meistens noch in ganz überflüssigen Waren (Schokolade, Uhren usw.) bestehen, Haus und Hof verschandeln, ihrem Heim den Stempel ordinärer Habsucht aufdrücken und sich selbst als geldgierigen Menschen hinstellen können. Der Liebe zur Heimat leistet all das jedenfalls keinen Vorschub, aber es verletzt den Stolz jedes rechtdenkenden Schweizers.

Vor Jahren, zu Beginn der sogenannten Fremdenindustrie, als arme Gebirgsbewohner die Fremden anbettelten, hat man das in unserm ganzen Lande als eine Schmach und Schande empfunden, und man hat von den Behörden der betreffenden Gegenden Abhilfe verlangt und durchgesetzt. Heute, wo es sich nicht um arme Kinder, um kranke Leute handelt; heute, wo grosse Industrien ohne Rücksicht auf unser Ansehen und unsern Ruf mit ihrer zudringlichen Reklame die ganze Welt belästigen, jetzt mehr als je ist es an der Zeit, mit kräftiger Hand solchen, eines freien und schönen Landes unwürdigen Zuständen ein Ende zu machen. Unser Volk wird hoffentlich bald und bevor es zu spät ist, auch diese Feinde und diese Sorte Fremdherrschaft zum Lande hinaus treiben.

ERNST LANG

Obmann der Kommission gegen das Reklame-Unwesen.

CONTRE L'AFFICHE!

« Le nom des fous se trouve partout! » — Ce vieil adage s'applique d'ordinaire à des gens qui ont la mauvaise habitude de perpétuer le nom de leur insignifiante personne en des endroits très déplacés ; à défaut d'un mur ou d'une table de restaurant, ils s'attaquent aux monuments historiques, aux lieux les plus sacrés.

Or, le mauvais goût de ces gens-là se double de rapacité lorsque leur manie poursuit un intérêt péculinaire, comme cela arrive couramment aujourd'hui dans la réclame par l'affiche.

Nous nous défendons à bon droit contre les alienés, devenus un fléau pour leur entourage ; tel est le devoir inné de la préservation individuelle et sociale. Il me semble que l'abus que l'on fait de nos jours de l'affiche rappelle, à s'y méprendre, certains excès de folie dévastatrice. Nous osons et nous devons y remédier.

Le public nous approuve dans cette œuvre, et pourtant la lutte contre l'affiche-réclame se heurte à des habitudes (hélas !), à des préjugés, et, ce qui plus est, à beaucoup d'intérêts particuliers. Néanmoins une commission de notre Ligue a été chargée de préparer l'attaque ; quoique récente encore, elle promet de faire œuvre qui vaille. Cette commission se compose d'artistes, d'hommes de lettres, de légistes, voire d'industriels ; elle étudie le terrain. C'est d'après ses conclusions que se réglera le mouvement offensif de notre Ligue.

Sans anticiper sur ces conclusions, nous pouvons constater dès aujourd'hui qu'on est en général d'accord sur ce point cardinal, que *la question de l'affichage ne peut être tranchée que par la législation*. Nous ne sommes nullement épis de la réglementation en toutes choses, mais il faut se rendre à l'évidence et constater que toute solution à l'amiable de la question d'affichage ne saurait être que provisoire, parce qu'elle ne pourra empêcher un nouveau venu de recommencer l'abus combattu.

Une atteinte à la liberté individuelle alors ? — Soit, mais une atteinte justifiée par ce principe élémentaire que le bien-être de chacun est limité par le bien-être des autres. La législation tout entière n'a pas d'autre principe. Or je constate que la législation protège la vie, la propriété, qu'elle protège même l'oreille contre

le bruit assourdissant de telle usine, et l'odorat contre une odeur infecte inséparable de telle industrie ; pourquoi ne protégerait-elle pas notre œil contre les attentats dont il est chaque jour l'objet ? Et serait-ce vraiment une monstruosité que de défendre notre pays contre la prostitution des affiches-réclames ?

Ce que nous demandons n'est vraiment pas l'impossible et n'a même plus l'audace de l'inédit. La France, le grand-duché de Hesse, le canton de Vaud nous ont précédés dans cette voie. Il ne nous reste qu'à profiter de leurs expériences et à rédiger des lois qui conviennent à nos besoins et excluent la possibilité d'être détournées.

Nécessairement, et pour des raisons faciles à comprendre, la base de toutes ces lois sera l'impôt sur l'affiche-réclame, mais la loi devra édicter l'interdiction complète dans les endroits qui présentent un intérêt artistique ou historique. Il importe encore que le droit de défendre l'affichage ou de le limiter ne soit pas seulement accordé aux gouvernements cantonaux, mais aussi aux communes, ce qui facilitera la lutte, comme c'est le cas dans le canton des Grisons.

Dans la commission, l'avis prédominant a été de provoquer avant tout des lois cantonales. Cette manière de procéder me semble raisonnable ; elle offre des garanties aux différents besoins des diverses régions. De plus, il a été décidé d'entamer des négociations directes avec les maisons qui se servent de l'affiche-réclame ; et cela, non point pour pactiser (comme quelques-uns l'ont cru), mais pour amener ces maisons à renoncer totalement à l'affiche. L'industriel ne pourrait-il pas se convaincre que son affiche, encadrée de celles de la concurrence, n'a plus l'efficacité qu'elle avait au temps où elle était nouvelle et isolée ? J'aimerais croire que cet appel au bon sens a quelque chance d'être entendu.

D'ailleurs, il nous resterait encore d'en appeler au bon sens... des consommateurs en proposant de *boycotter les produits industriels affichés*. En dehors des arguments purement esthétiques, il y a en effet cette considération, utilitaire et pratique : c'est que l'affiche-réclame coûte de l'argent, que cette dépense renchérit le prix de vente du produit, et qu'en définitive *c'est le consommateur qui paie la réclame*. Le fabricant se convaincra qu'il se nuit à lui-même par son indécatesse, et il abandonnera un procédé que tout le monde désapprouve et que malheureusement tout le monde a toléré jusqu'à ce jour.

Ce raisonnement ne pourrait-il pas contribuer à mettre fin à l'épidémie de la réclame-affiche ? Pour ma part, j'ose l'espérer.

C. A. Loosli.

ZERMATTER EINDRÜCKE

Zermatttal, kostbares Kleinod unserer Alpenwelt ! Mein Herz schlägt höher schon beim Anblick der kleinen pfauchenden Lokomotive, die uns aus dem breiten Rhonetal in die intimen Schönheiten des vispdurchflossenen Geländes einführen soll. Tiefe Schluchten, in denen es brodet und braust, schwindelnde Brücken, mächtige Felswände, in die uralte Tannen tief und trotzig ihre Wurzeln eingegraben haben ; darüber die blinkende Gletscherwelt, die uns hie und da einen verheissungsvoll strahlenden Gruss zusendet. Verstreut überall, im Tal wie auf den Höhen, malerische kleine Häuser, von Sonne und Regen schwarzbraun gebeizt und teilweise zum Schutz gegen Mäuse auf originelle, pilzförmige Sockeln gestellt, dazwischen weisse Kapellen, deren melodisches Geläute so unsagbar harmonisch und süß das Tal durchflutet.

Und über unsere schönheitstrunkene Seele ergießt sich ein Strom unendlicher Freude, köstlichen, reinsten Genusses.

Doch oh Schmerz, oh alles ernüchternder Anblick ! Beim Näherkommen erweist sich der grösste Teil dieser köstlichen Hütten als Träger einer der schlimmsten Auswüchse der heutigen Reklamesucht. In geschmacklosester Weise hängt da Plakat über Plakat, die alle Schokolade- und andere Erzeugnisse moderner Industrie aufdringlich in Erinnerung rufen.

Jedes Landschaftsbild, alle Linien- und Farbenharmonie ist zerstört. Je weiter wir vordringen, um so schlimmer wird es und Zermatt endlich, unsere heissersehnte Königin, erscheint überklebt und verunstaltet, dass die Augen schmerzen. Wie Pilze sitzen sie da, die vielfarbigen Blechtafeln, auf den Samtwänden unserer Chalets, auf Felswänden, auf Baumstämmen ; überall müssen wir mit erneutem Ärger lesen, welches die beste Schokolade der Welt sei.