

Zeitschrift: Heimatschutz = Patrimoine
Herausgeber: Schweizer Heimatschutz
Band: 8 (1913)
Heft: 6: Genève

Rubrik: Zeitschriftenschau

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: 14.01.2026

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

tion von 10—20 Prozent der Herstellungskosten zusichert, der durch Pflanzen von Hecken und buschreichen Zufluchtsstellen zum Schutze der Vögel beiträgt. N. Z. Z.

Zeitschriftenschau

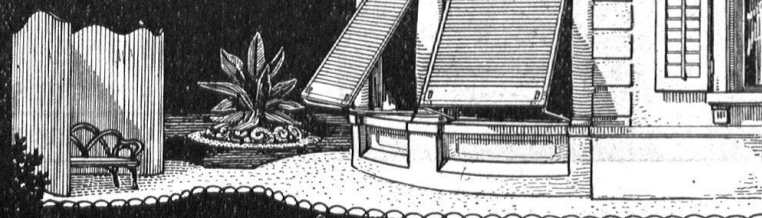
Reklame in freier Natur.

Jedermann ist der Kampf noch in guter Erinnerung, der gegen die sogenannte Reklamepest, d. h. gegen die Verschandelung der freien Natur durch aufdringliche Reklamen, mit grosser Energie geführt wurde. Wohl ist der Kampf mit vollem Erfolg geführt worden, so dass die hässlichen Plakate fast überall verschwunden sind, aber, nachdem nun einige Zeit verstrichen und die Polemik verstummt ist, reckt die Reklamehydra wieder langsam ihr Haupt aus ihrer Höhle hervor, und schon bemerkt derjenige, der sich viel in Eisenbahnen aufhalten muss, dass links und rechts von der Linie die Plakate gleichsam wieder aus dem Boden wachsen.



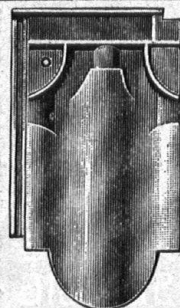
Sumiswalder Turmuhren-
Fabrik von J. G. BAER
SUMISWALD (Bern).

WILH. BAUMANN HORGEN



**Rolladen. Rolljalousien.
Jalousieladen. Rollschutzwände**

Gegründet
1860

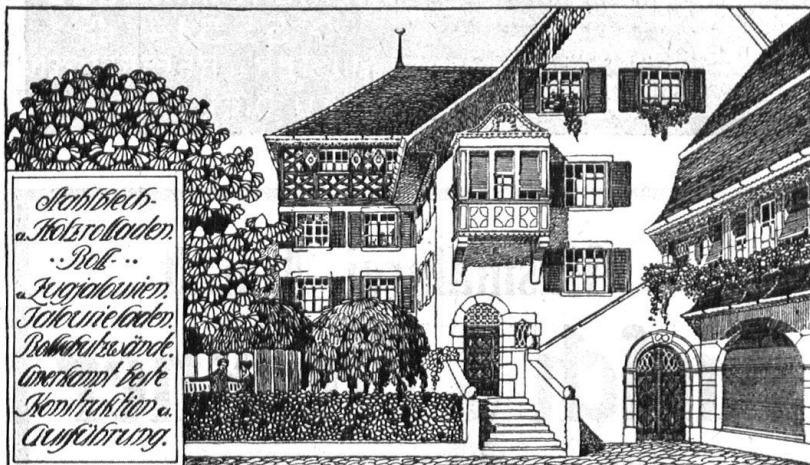


**Tonwarenfabrik Allschwil
Passavant-Iselin & Co., Basel**

gegründet 1878.

Rot oder schwarz engobierte Ziegel

passen in jedes Landschaftsbild
und geben ein schönes, ästhe-
tisches und dauerhaftes Dach.



*Stahlblech.
Holzrolladen.
Roll...
Zugjalousien.
Schwundladen.
Rollschutzwände.
Amerikan. Feile.
Konstruktions-
Ausführung.*

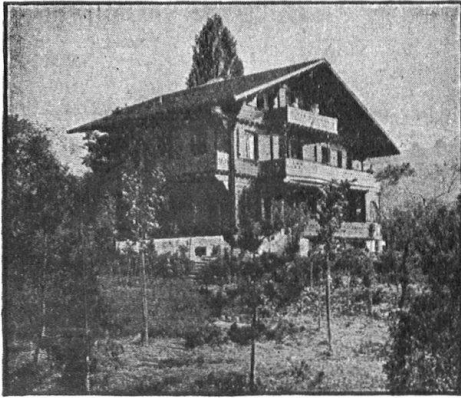
Rolladenfabrik A. Griener, A.G. in Gredorf.

ZENTRALHEIZUNGEN

erstellen

MOERI & C^E

Zentralheizungsfabrik
LUZERN.



E. d'Okolski

ARCHITECTE

Rue Centrale 4

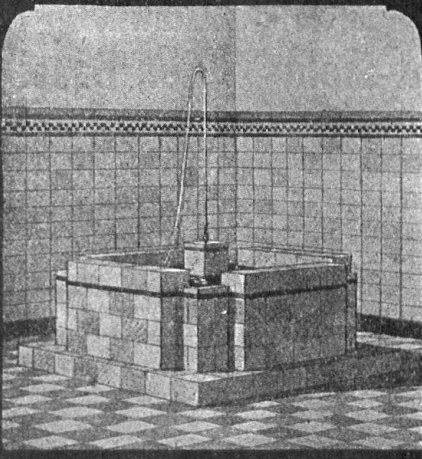
LAUSANNE

**CHALETs ET
MAISONs DE
CAMPAGNE**

PENSIONS - HOTELS

EXECUTION ARTISTIQUE

**SCHWEIZERISCHE
GLAS u. KERAMIKWERKE
AESCH B. BASEL**



WAND u. BODENBELAG
AUS KUNSTGLAS
ÄUSSERST HARTES
MATERIAL

≡ FROST u. ≡
SAÜREBESTÄNDIG
KEINE HAARRISSE

✚ 55514 ✚
MUSTER u. REFERENZEN
ZU DIENSTEN

Die Glasmalerei-Anstalt

Kirich & Fleckner

Villars-Freiburg (Schweiz)

empfiehlt sich für alle in das Fach einschlagenden Arbeiten nach eigenen und gegebenen Entwürfen, bei kunstgerechter Ausführung zu mässigen Preisen —•••

Spezialität:

Wappenscheiben

Restauration u. kopieren alter Glasgemälde

Die Vertreter der Industrie behaupten, sie hätten diese Reklame einfach nötig, und es schädige sie, wenn man ständig gegen sie deshalb losziehe. Diese kühne Behauptung wird schon durch die Tatsache allein widerlegt, dass nur ein verschwindend geringer Teil der Industrie sich dieser Reklameart bedient; nur ganz wenige spekulative Industrien verlegen sich auf diese sog. Aussenreklame.

Wie würde es draussen in Gottes freier Natur aussehen, wenn

CARL FREI & C^{IE}
RORSCHACH & WINTERTHUR



erstellen unter Garantie
**BÄDER, CLOSETS,
KLARANLAGEN,**
Waschküchen-Einrichtungen
Verlangen Sie Kataloge.

Reklamedrucksachen

beziehen Sie am vorteilhaftesten bei

Benteli A.-G., Bümpliz

**HÜHNERZUCHTANSTALT
"ARGOVIA"**



alle Industrien und Handelsfirmen ihre Waren in dieser auffälligen Weise rühmen wollten! Glücklicherweise wäre dies niemals möglich, denn die Entrüstung der Bevölkerung würde so gross werden, dass die ganze Plakatpest mit einem Schlage ausgerottet würde. Es ist deshalb sehr zu begrüßen und kann nicht hoch genug angeschlagen werden, dass es Firmen gibt, die nicht nur volles Verständnis für die Wünsche der Bevölkerung in dieser Richtung haben, sondern die auch tatkräftig vorgehen und durch Schaffung eines neuen, künstlerischen Reklamewesens neue Wege weisen und zugleich die Plakatpest bekämpfen.

Die bekannte deutsche Kunstzeitschrift „Der Kunstwart“ hat sich dieser Tage auch wieder mit dieser neuen diskreten Reklameart befasst, und was sie darüber schreibt, ist wohl wert, in weitere Kreise hineinzudringen. „Wir lassen uns, schreibt er, einfach von ein paar gerissenen Köpfen Dunst vormachen, wenn wir das Gerede von der Notwendigkeit der Aussenreklame für die Industrie ernst nehmen. Selbst unter denjenigen Industriellen, die weitausgedehnte Reklame treiben, gibt es viele, die grundsätzlich auf die Verschmutzung der Landschaft mit Brettergerüsten und Plakatgelärm verzichten, ja, die solches Gebaren auch aus Geschäftsgründen bekämpfen. Wir nennen heute drei Firmen, die sich zu solcher Auffassung ausdrücklich bekannt haben. Die bekannte Maggigesellschaft hat öffentlich erklärt, „dass wir von jeher grundsätzlicher Gegner jeder derartigen Natur- und Eisenbahnreklame gewesen sind und unsere Plakate ohne Ausnahme nur an oder in den einschlägigen Geschäften, wo unsere Erzeugnisse zu haben sind, anbringen lassen. Darum sind wir auch stets für die gleichlautende Forderung des Heimatschutzes bei allen sich bietenden Gelegenheiten eingetreten.“ Lingner in Dresden, der Erfinder und Hersteller des „Odols“, schrieb dem Vorsteher der staatlichen Stelle für Naturschutz in Preussen, dem Geh. Reg.-Rat Dr. Conwentz: „Ich würde es niemals dulden, dass eines meiner Unternehmen sich einer derartigen Propaganda be-

Gipser- und Malergeschäft **E. Kipfer** Schwarztorstrasse 104 **Bern** = Telefon 2204 =

empfiehlt sich zur Uebernahme sämtlicher:

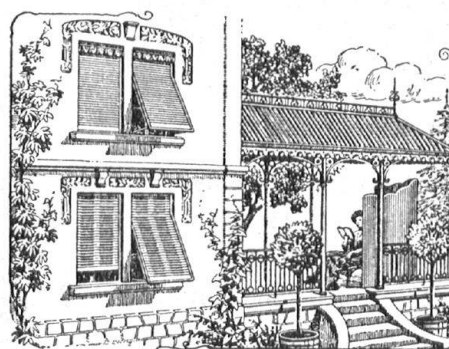
**Innen- und Aussenanstriche, Dekorationen,
Verputz- und Tapezierarbeiten, Firmenschilder-
und Möbeldmalerei**  **Tapetenablage.**



Dr. Erwin Rothenhäusler **Mels bei Sargans**

Antiquitäten und Kunstsachen

Spezialität: Möbel



Rolladen-Fabrik

Carl Hartmann
Biel — Bienne

**Stahlblech-Rolladen
Holz-Rolladen
Roll-Jalousien**

**Eiserne Schaufenster-Anlagen
Scheerentor-Gitter**



**Parqueterie
Baden**

Ciocarelli & Link
Baden (Aargau)

liefert in tadelloser Ausführung unter Garantie ihr bewährtes Fabrikat vom einfachsten Riemen bis zum reichsten Salondessin in allen Holzarten.
Spezialitäten: MODERNE DESSINS
ASPHALTPARQUETS

diene. Herren, die sich bei mir Rat holten, habe ich stets auf die Reklame in Zeitungen und an beschränkten Platzzentren (Stadttafeln, Litfassäulen) hingewiesen“. Die Firma A. Scherl in Berlin „vermeidet grundsätzlich eine Reklame in freier Natur, weil sie unschön ist“. Da sowohl Maggi wie Lingner und Scherl in Reklamedingen Sterne erster Grösse sind, so beweisen sie unwiderleglich, dass es auch ohne Landschaft verderben geht. Vielleicht liesse sich die schweizerische Naturschutzkommission bewegen, dem im letzten Jahre neu geschaffenen Naturschutzinspektorat auch die dankbare Aufgabe zu überbinden, alle Verschandlungen der Natur durch auffällige Reklamen, die er auf seinen Inspektionsreisen wahrnimmt, dem Bureau zur Kenntnis zu bringen. Nur auf diese Weise wird es möglich sein, der neu auftauchenden Plakatpest den Garaus zu machen. Den Firmen aber, die Reklame wünschen und brauchen, seien die obigen Winke des „Kunstwart“ empfohlen.

(Luzerner Tages-Anzeiger).



**Institut Minerva
Zürich**

Rasche und gründl.
Vorbereitung auf die
Maturität



**WISSEN UND
LEBEN**

Moderne Halbmonatsschrift für schweizer. Kultur
PREIS: jährlich Fr. 12.—
PROBE-NUMMERN GRATIS
Redaktion und Sekretariat: Zürich, Sihlhofstr. 27



**Reinger's
Magentropfen**

aus bestbewährten
Kneipp'schen Heilkräutern.

Vorzügliches Hausmittel bei Unbehagen und Uebelkeit, Magenbeschwerden, Magendrücken, Blähungen, Aufstossen, Sodbrennen, schlechter, mühsamer Verdauung usw. Von Aerzten empfohlen. Preis pro Fläschchen Fr. 1.—, erhältlich nur in Apotheken.

F. Reinger-Bruder, Basel 7.

Reise-Andenken. Ein Programm und ein Aufruf. (Vergl. die *Wettbewerb*-Notiz im Maiheft.) Wenn man sich an der Herrlichkeit unseres Hochgebirges, unserer Seen erlabt, die bauliche Kultur unserer Städte genossen hat und ein Andenken an Gegend und Ort mitnehmen will, so bieten uns Läden, die sich diesem Geschäft widmen, eine Auswahl von Gegenständen, die eigens zu diesem Zwecke verfertigt sind. Sie sind von der Gattung der Nippsachen, von vollkommener Nutzlosigkeit, die eine süßliche Niedlichkeit zu über-tünchen sich bemüht. Ihre Beziehung zum Ort wird oft nur durch ein aufgedrucktes Bildchen oder den blossen Namen hergestellt, mit einem andern Bild oder Namen sind sie haargenau gleich tausend Meilen weiter auch zu haben. Sind es Erzeugnisse heimatlichen Fleisses, so betonen sie es noch besonders durch aufdringliche Edelweiss-Ornamente, durch den holzgeschnitzten Bär, der zu den gewagtesten Zwecken vergewaltigt wird.

Grellbunte Ansichtskarten erdrücken die sauberen, ehrlichen Lichtdruckkarten, und Miniaturbildchen, in einem Leporello-Album vereinigt, machen aus der landschaftlichen Schönheit der Gegend ein ungeniessbares Ragout. Hie und da findet der Mann von Geschmack ein hübsches Stück, aber die Masse der ausgelegten Gegenstände ist von dem Aufschwung des modernen Kunstgewerbes, von dem verfeinerten Gefühl in Geschmacksdingen noch unberührt geblieben.

Woran fehlt es? Was in den Bazaren gekauft wird, ist vielfach nicht so sehr darauf berechnet, vom Käufer als Andenken behalten, sondern vielmehr weiterverschenkt zu werden. Zu diesem Zweck muss es billig sein und möglichst viel herzeigen. Der Merkspruch dieser Sorte von Gegenständen ist der bekannte Vers:

Zum Zeichen, dass ich Dein gedacht,
Hab' ich Dir dieses mitgebracht.

Nun ist nicht einzusehen, warum zwischen

OLD INDIA, LAUSANNE

Galerie St-François, en face l'Hôtel de la Banque cantonale vaudoise



Grand Tea-Room, Restaurant

Grands salons au 1er
250 places — Balcons

Déjeuners et Dîners à
prix fixe et à la carte
Luncheons

Restauration soignée
Prix modérés

Confiserie, Pâtisserie, Thés,
Rafraîchissements, Vins,
Bières, Liqueurs, etc.

Grand Magasin de vente: Articles de luxe pour cadeaux, boîtes fantaisie, etc., etc.
Grand choix de Cakes anglais ——— Thés renommés ——— Expéditions pour tous pays.

Stehle & Gutknecht, Basel Basler Zentralheizungs-Fabrik



empfiehlt sich zur Herstellung von
Zentralheizungen aller Systeme!



Geschenkgegenständen und solchen, die man für sich selbst erwählt, ein Unterschied in der Qualität bestehen muss. Es sei aber hier an den eigentlichen Andenken festgehalten, denn eben diejenigen, die zur eigenen Freude etwas Gediegenes zu kaufen wünschen, werden in den Bazaren nicht befriedigt.

Für den Vertrieb an die Masse der Reisenden hat sich auch eine Massenherstellung bestimmter Arten von Gegenständen herausgebildet, die vor allem bequem ist, bequem für die Herstellung und bequem für den Vertrieb. Sie leistet der Gedankenlosigkeit auf beiden Seiten Vorschub, und eben diese Gedankenlosigkeit gilt es zu bekämpfen. Es ist nicht wahr, dass das Publikum nur nach geschmacklosen Massenerzeugnissen verlangt. Tut es das, so handelt es unter dem Einfluss der Suggestion, indem es das Vorhandene als gegeben nimmt. Man kann auch nicht von ihm verlangen, dass es sich den Kopf darüber zerbreche, ob etwas Besseres auch nur denkbar wäre, aber Tatsache ist, dass es für schöne, gediegene Neuheiten empfänglich ist. Hier fürchtet allerdings mancher Verkäufer, dass das Schöne, Neue, die Verkäuflichkeit des Alten beeinträchtigt

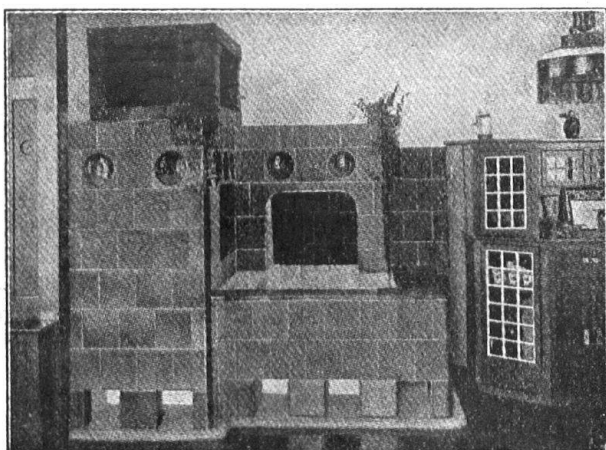
und den glatten Gang des Geschäftes stört. Aber wer wollte so kurzsichtig sein, sich hierdurch die Belebung des Geschäftes in Reise-Andenken selbst zu verstellen?

Woher kann Abhülfe kommen? Wer sich die Mühe gibt, unsere angesehenen Ladengeschäfte zu besuchen, findet hier genügend Gegenstände der verschiedensten Art, die, ohne teuer zu sein, zehnmal wertvoller sind, als die Bazarware. Er findet gediegene Photographien und Bücher, gute Ansichtskarten, Töpfereien Holzwaren, Stickeereien und vieles andere mehr. Nur findet er sie selten an einem Ort vereinigt und nicht immer als Reise-Andenken gekennzeichnet, was mehr der minderen Gattung von Waren vorbehalten ist.

Zuweilen sind es Gegenstände, die gar nicht mit der Absicht hergestellt und verkauft werden, als Reise-Andenken zu dienen, zuweilen auch ausgesprochene Andenken. Jedenfalls sind Ansätze vorhanden, die sich weiter entwickeln lassen.

Worauf kommt es an? Es gilt nicht für Reiseandenken allein: sie sollen Freude bereiten, nicht die kurze, falsche Freude der zerbrechlichen Wertlosigkeit, sondern dauernde Freude.

An sich unterscheidet nichts das Reise-Andenken



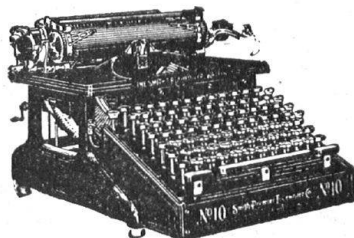
Ofenfabrik Wannenmacher A.-G., Biel

Oefen, Kamine, Wandbrunnen,
Wandverkleidungen

Moderne Ausführung
Erstklassige Arbeit

Kataloge zu Diensten

SMITH PREMIER



die unverwüstliche Schreibmaschine mit
deutscher Volltastatur

10—20 % Mehrleistung gegenüber
englischer Tastatur mit Umschaltung

Smith Premier Typewriter Co

BERN, Schwanengasse 8 — ZÜRICH, Fraumünsterstrasse 13

von einem zweckmässigen, schönen Gebrauchs- oder Schmuckgegenstand. Die Bedingungen des guten und echten Materials, der Haltbarkeit, der geschmackvollen Form gelten hier so gut wie für jedes andere Erzeugnis des Gewerbes oder der Industrie.

Darüber hinaus muss gesucht und betont werden, was das Reiseandenken als solches kennzeichnet. Es ist die *Beziehung zum Orte*, an dem es verkauft wird und an den es den Verkäufer erinnern soll.

Die Beziehung kann in der *Art* des Gegenstandes liegen, der dem Ort eigentümlich ist, wie etwa die Kuhglocke oder der Bergstock den Alpen. Am Luganersee pflegen die Einheimischen den Chianti aus kleinen Steingutschalen zu trinken, die kaum als Reise-Andenken käuflich sind, wer aber daraus getrunken hat, dem sind sie eins.

Die Beziehung kann ferner im *Material* liegen, wie einzelne Gegenden Tonwaren erzeugen, andere Holzwaren. Für die eine Gegend ist das schöne Arvenholz charakteristisch, für die andere eine bestimmte Gesteinsart.

Schliesslich kann die Beziehung in der *Form* liegen, entweder in der eigenen Form des Gegenstandes oder in bestimmten überlieferten oder von einzelnen künstlerischen Persönlichkeiten getragenen Schmuckformen.

Wenn irgendwo, so ist hier die Forderung der *Bodenständigkeit* in Form und Arbeit angebracht.

Mit dieser steht und fällt das Reise-Andenken als solches. Was im übrigen ein Reise-Andenken ist, lässt sich ungefähr in die Formel, dass es keine besonderen Massnahmen zu seiner Beförderung erheischt und sich in mässigen Preisgrenzen bewegt, fassen. Das Gebiet ist unendlich viel weiter, als die Auswahl in Bazarartikeln ahnen lässt, und umspannt neben Holzschnitzereien, Postkarten und Bildern, Stickereien auch Metallarbeiten, Glascheiben, bodenständige Hafnerartikel, Spitzen, Schmucksachen und Goldschmiedearbeiten, Spielzeug, Intarsien und vieles andere, Gegenstände der Massenfabrikation sowohl wie einer hochentwickelten hauswerklichen Technik. Es wird umso weiter, je mehr brauchbare Gegenstände an die Stelle der zwecklosen Nippsachen treten.

Diese Kleinigkeiten besitzen aber häufig etwas, was das Publikum einen Moment lang stutzig macht und den Wunsch nach „haben mögen“ erweckt. Es ist ein kindlicher Wunsch, der, wie dieser, mit der Erfüllung nicht nur aufhört, sondern womöglich ins Gegenteil umschlägt. Es gibt uns aber einen Fingerzeig, was auch bei gediegenen Reise-Andenken zu beachten ist. Sie sollen begehrenswert erscheinen, aber nicht im Augenblick des Kaufes wertlos werden.

Darauf kommt es jedoch *nicht* an, dass der Gegenstand eine Kostbarkeit ist, oder einen hohen Kunstwert besitzt. Der billigste Massenartikel

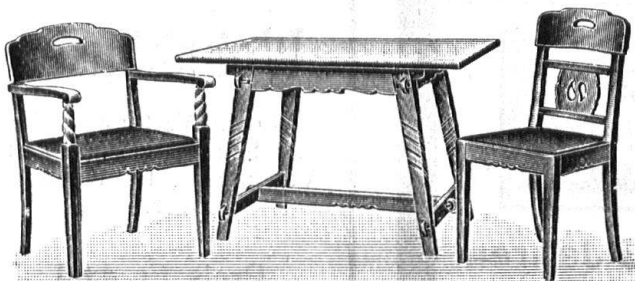


Kuoni & Co., Chur

Baugeschäft und Chaletfabrik

Spezialität
dekorativer Holzbauten

Erste Referenzen



Emil Baumann

Möbelfabrik

Horgen

Telegr. Sesselbaumann. Telephon 106

Spezialitäten: Komplette Bestuhlungen von Restaurants
von Hotels

— Konkurrenzlose Preise bei grösster Leistungsfähigkeit — von Theatern

gestattet die Anwendung von Geschmack und Materialechtheit. Die Versuche, das Schnitzlergewerbe künstlerisch zu beleben, sind nicht zum wenigsten darum auf Schwierigkeiten ge-

stossen, weil die Schaffung reiner Kunstwerke angestrebt wurde, mit denen niemand etwas anzufangen wusste, er sei denn Kunstsammler oder Museumsdirektor.

HELVETIA GEFLECHT + Pat. No 28936

Das Drahtgeflecht der Zukunft
Suter-Strehler & Co. Zürich



UNION-REKLAME

Citrovin
das Beste und Gesundeste zur Bereitung von Salaten, sauren Speisen & Saucen
Sowie aromatischen Getränken
Gesunden & Kranken ärztlich empfohlen

CITROVIN-FABRIK
SITTENHOF

**Ideales Frühstücks-Getränk
für Gesunde und Kranke**

Ovomaltine

Wohlschmeckende Kraftnahrung

Kein Kochen
Denkbar einfachste Zubereitung
auf jedem Frühstückstische

In allen Apotheken und Droguerien. Preis Fr. 1.75 und 3.25

**Dr. Wander's
Malzextrakte**

Werden seit mehr als 45 Jahren
von den Aerzten verordnet

In allen Apotheken

Fabrik diätetischer Präparate Dr. A. WANDER A.-G., Bern

Pianos

Grösste
Auswahl!
Mässige Preise.

**HUG & CO
ZÜRICH**

**Einfache
Schweizerische
Wohnhäuser**

Aus dem Wettbewerb der
:::: Schweizerischen ::::
Vereinigung für Heimatschutz. —

Preis Fr. 4.80

Zu beziehen durch den

**Heimatschutz-Verlag
Benteli A.-G. Bümpliz**