Zeitschrift: Heimatschutz = Patrimoine
Herausgeber: Schweizer Heimatschutz
Band: 9 (1914)
Heft: 3: Die Stadt Aarau

Werbung

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: 02.10.2025

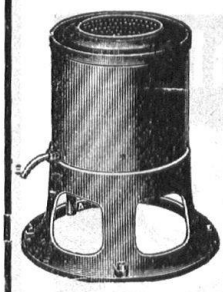
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Staatsministeriums des Innern über den Schutz des Orts- und Landschaftsbildes gegen verunstaltende Reklame erlassen wurde, bildete unser Verein aus Vertretern der Kunst, der Industrie, des Kaufmannsstandes und der Reklameinteressenten einen besonderen Ausschuss, um den einschlägigen Fragen besondere Aufmerksamkeit zu schenken und den Behörden des Königreichs, soweit sie geeignete Sachverständige nicht zur Verfügung haben, mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

Bei der Kürze der Zeit konnte die Wirksamkeit des Ausschusses noch keine grosse sein; es beschäftigten denselben jedoch naturgemäss gerade alsbald nach seinem Inslebentreten die einschneidendsten und wichtigsten grundsätzlichen Fragen. Es ergaben sich hierbei gewisse spezielle Richtpunkte und Grundsätze, deren Mitteilung in Anbetracht der Neuheit und der Schwierigkeit der Materie weitere Kreise hier interessieren dürfte.

Es ist zu unterscheiden zwischen Fensterreklame, Hausreklame, Strassen- oder Ortsreklame und Streckenreklame.

a) Bei der *Fensterreklame* ist grundsätzlich daran festzuhalten, dass die Fensterscheiben als solche erkenntlich bleiben müssen, nicht vollständig beschrieben, übermalt oder überklebt werden dürfen. In der Regel ist daher nur die unterste Scheibenabteilung eines Fensters für Reklame zulässig in ähnlicher Wirkung wie eine sogenannte Scheibengardine. Stets muss der Glashintergrund durchgehen, darf also nicht ganz oder teilweise mit einer Grundfarbe versehen werden. Die Aufschriften sind in einheitlicher Farbe und gleichmässig in horizontalen Zeilen anzubringen. Schrägschriften sind unzulässig. Für Schaufenster ist eine gute Reklame das gleichmässige Aufhängen von schön geformten Waren- und Geschäftszeichen an einer Kette, ähnlich wie sie beispielsweise die Seidlsche Bäckerei in allen ihren Filialen, das Geschäft sofort erkenntlich machend, verwendet. Ebenso wirkt eine durch das Schaufenster gut sichtbar gelassene, saubere und geschmackvolle Ausgestaltung des Verkaufslokales und seine Beleuchtung



Bevor Sie Waschapparate

kaufen, verlangen Sie Prospekte oder kostenlosen Besuch

Ad. Schulthess & Cie., Zürich V

Waschapparatefabrik Mühlebach-Reinhardstr.

Einband-Decken

für die Zeitschrift

„Heimatschutz"

(Jahrgang 1913, sowie ältere) in eleganter Ausführung, können zu Fr. 1.40 plus Porto per Nachnahme bezogen werden beim

Heimatschutzverlag Benteli A.-G.

Bümpliz-Bern

durch schöne Beleuchtungskörper ausserordentlich anziehend.

b) Bei der *Hausreklame* dürfen wesentliche konstruktive oder architektonische Bestandteile eines Hauses durch die Reklame nicht bedeckt werden, also beispielsweise nicht die tragenden Pfeiler zwischen den Schaufenstern, die Tragkonstruktionen direkt über denselben, die Fenster- und Portalumrahmungen, die Erkerfüsse usw. Die Flächen zwischen Fenstern des ersten Obergeschosses dürfen nicht sämtliche für Reklametafeln verwendet werden, sondern es müssen einzelne derselben in harmonischer Verteilung frei bleiben, beispielsweise die äusseren Felder. Verunstaltend sind auch um Erker oder Balkone herumgreifende oder schräg gegen dieselben vorspringende Reklametafeln. Über den 1. Stock hinauf sollte sich im allgemeinen die Reklame nicht erstrecken. Die Formen der Hausreklame und die Buchstaben der Aufschriften müssen im Massstab und in der Farbe mit den Bauformen der Gebäude harmonieren. Schräge Aufschriften stören die statische und architektonische Erscheinung eines Bauwerkes ungemein, sind daher auch hier unzulässig.

c) Bei der *Strassen- oder Ortsreklame* sind die aufzustellenden Tafeln in schlichten, einfachen, mehr runden als eckigen Formen in harmonischen

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