

Zeitschrift: Schweizerische Bauzeitung
Herausgeber: Verlags-AG der akademischen technischen Vereine
Band: 107/108 (1936)
Heft: 9: Zur Landesausstellung 1939

Artikel: Das Gesicht der Ausstellung
Autor: Redaktion
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-48259>

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: 03.02.2026

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

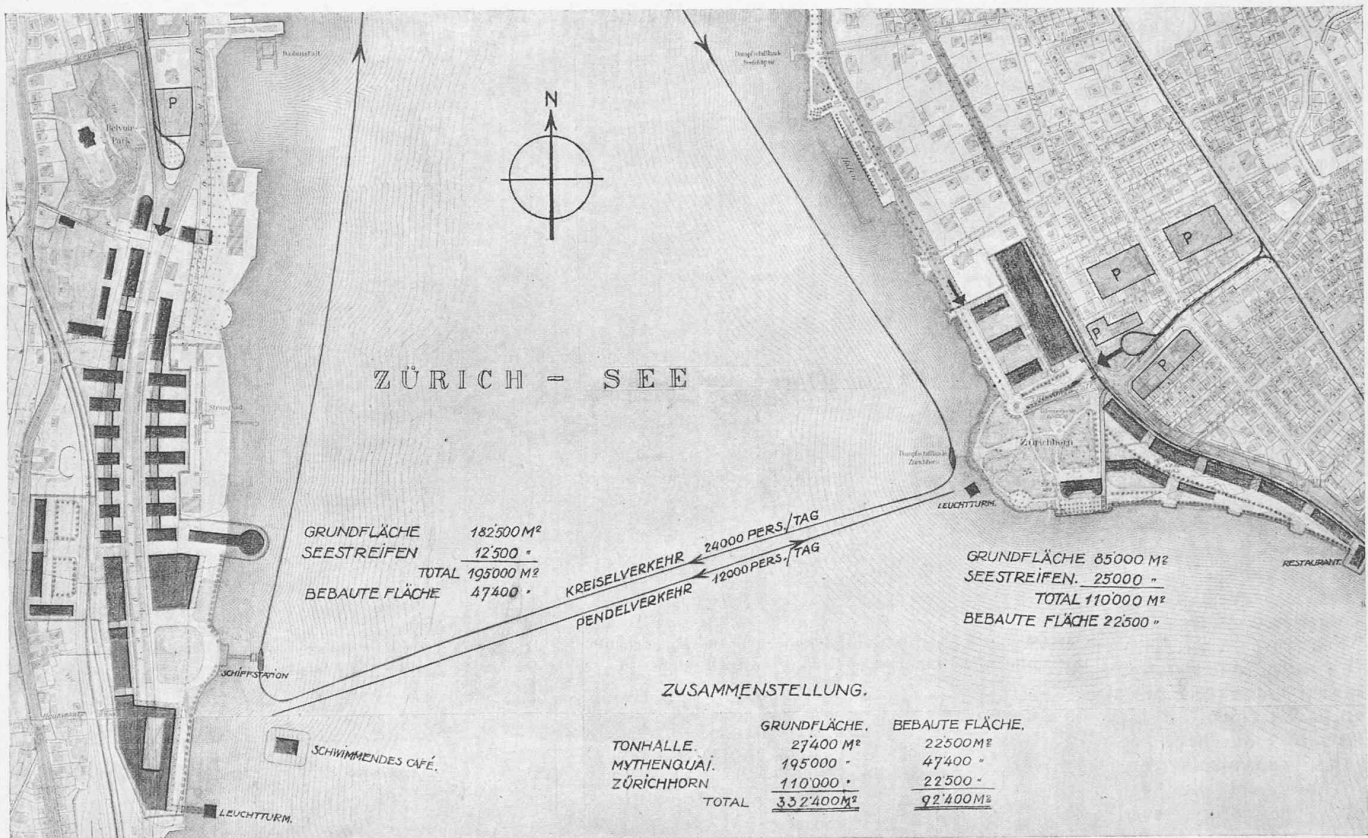


Abb. 3. Untersuchung des städtischen Hochbauamtes über die am See zur Verfügung stehenden Ausstellungsflächen, Zufahrten und Parkplätze. Masstab 1:10'000. — Als «Seestreifen» ist ein 30 m breiter Streifen längs der 1250 m langen Uferlinie der Ausstellung in Rechnung gesetzt. (Ueber die Möglichkeit ausgiebiger Vermehrung der Ausstellungs- und Parkierungsflächen in schwimmenden Hallen siehe nächste Seite.)

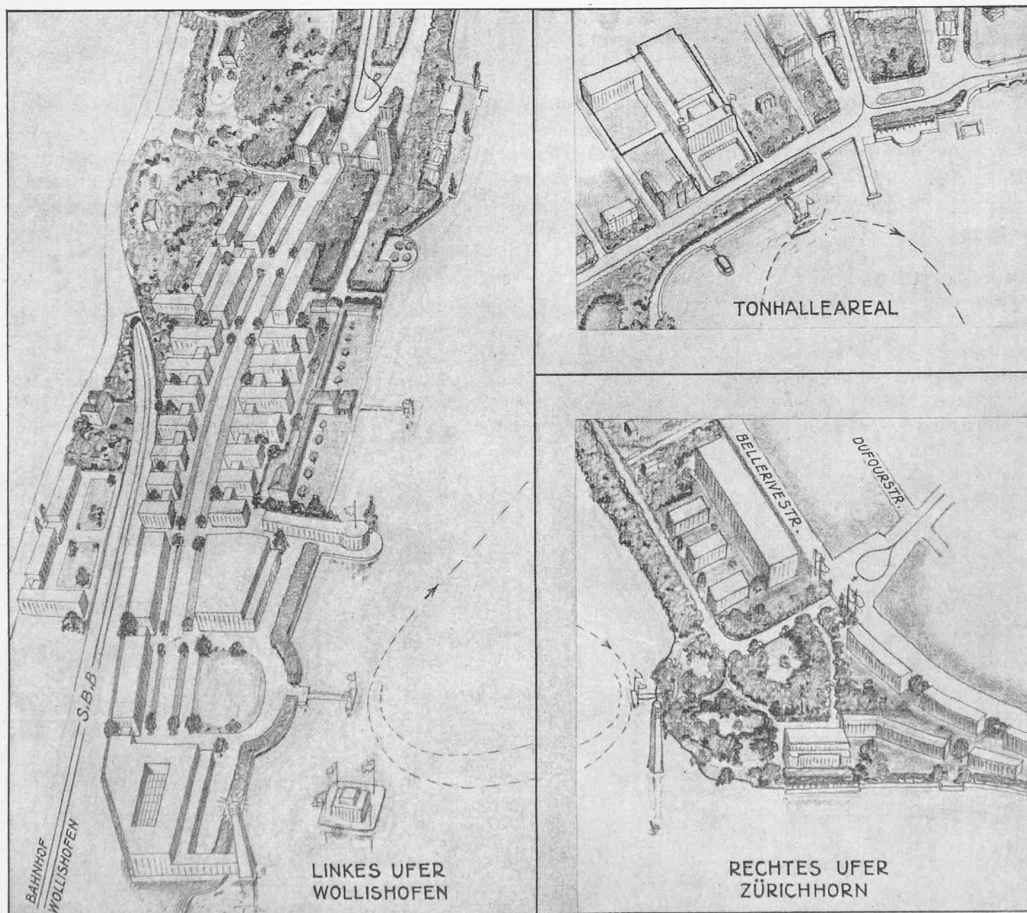


Abb. 4. Skizzen von Stadtbaumeister Hermann Herter, Zürich, für die drei Teile der Schweizerischen Landesausstellung am Zürichsee.

Das Gesicht der Ausstellung.

Erst wenn über Programm, Organisation und Platzwahl entschieden ist, tritt diese wohl wichtigste Frage an die Gestalter heran: Wie soll nun die Ausstellung aussehen? Selbstverständlich sind die vorgenannten Faktoren von grösstem Einfluss auf die Gestaltung, aber ihre beste Lösung bildet erst eine notwendige, noch keine hinreichende Bedingung für das Gelingen des Ganzen. Diese letzte, grösste Leistung liegt aber so sehr auf dem Gebiet künstlerischer Schöpfung, dass es heute, bevor die Prämissen klar herausgeschält sind, ziemlich müssig ist, darüber zu reden. Nur Eines möchten wir mit aller Deutlichkeit aussprechen: die Gestaltung der Ausstellung ist eine Aufgabe unserer jungen Generation, zu der man ihr kaum genug Freiheit im Künstlerischen lassen kann. Diese Jungen sind, wie wir alle wissen, im Sachlichen von sich aus so diszipliniert, dass man ihrer Phantasie bei dieser einzigartigen Gelegenheit die Zügel wohl etwas schiessen lassen darf. Eine geschlossene Gesamtwir-

kung durch zu akademische oberste Leitung im Sinne städtebaulichen Aesthetentums erreichen zu wollen, wäre so schädlich, wie das andere Extrem jahrmärktmässiger Freiheit. Es liegt hier ein sehr heikles Problem, das durch unsere schweizerische Eigenbrödelei noch kompliziert wird.

Die nebenstehenden Entwurfskizzen sind denn auch nicht als Vorbild darüber aufzufassen, wie die Ausstellung unserer Meinung nach aussehen sollte. Vielmehr möchten sie bloß zeigen, wie mannigfaltige Möglichkeiten das Seeufer bietet. Wir verdanken die Pläne dem freundlichen Entgegenkommen der Ortsgruppe Zürich des BSA, die letzten Herbst unter ihren Mitgliedern einen Wettbewerb durchgeführt hatte, um abzuklären, ob überhaupt die Seeufer die nötige Ausstellungsfäche herzugeben vermöchten. Da aber diese Frage im vorangehenden Referat amtlicherseits völlig abgeklärt worden ist, konnten wir sie bei der Auswahl dieser Bildchen aus dem Spiel lassen und uns darauf beschränken, möglichst verschiedenartige Ideen für die Auswertung der Seelage nebeneinander zu stellen. — Mit dem Dank an die Projektverfasser für die Einwilligung zur anonymen Veröffentlichung ihrer Arbeiten verbinden wir unsern Glückwunsch an die Ortsgruppe für ihre erfolgreiche Initiative zu Gunsten der Ausstellung am See.

Werbung für die Landesausstellung 1939.

Von JOSEF HALPERIN, Zürich-Oberengstringen.

I.

Die Zeit wirtschaftlicher Depression, in der die Schweizerische Landesausstellung vorbereitet werden muss, macht die natürliche Forderung, mit den verfügbaren Mitteln den höchsten Nutzeffekt zu erzielen, noch gebieterischer. Dadurch wird Gestaltung und Organisation, der Typ der Ausstellung wohl entscheidend bestimmt werden. Aus den Zeitnotwendigkeiten würde somit etwas Besonderes entstehen. Dieses Besondere dem Lande, der Welt einzuprägen, ist die Aufgabe der Werbung.

Der Begriff der Werbung wird — um ein geäußertes Missverständnis gleich auszuschalten — mit den Worten «Presse» und «Reklame» nicht erfasst. Die Presse ist nur eines unter mehreren Werbemitteln, Reklame bildet nur einen Teil der Werbung und

Studien aus einem Wettbewerb unter den Mitgliedern der Ortsgruppe Zürich des BSA

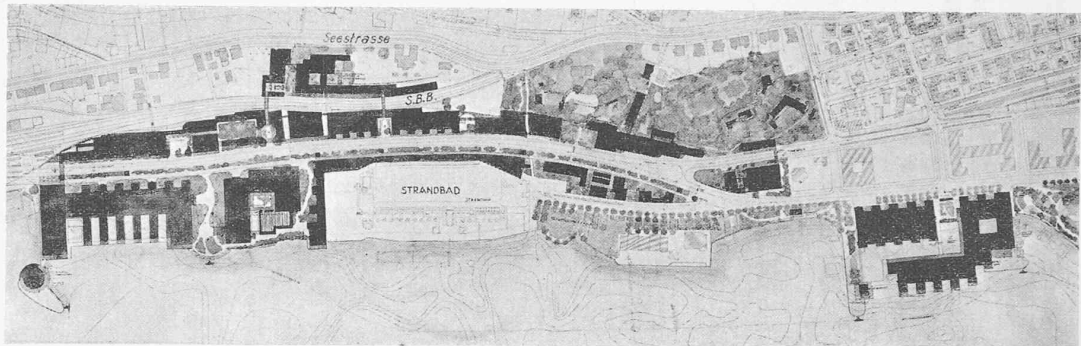
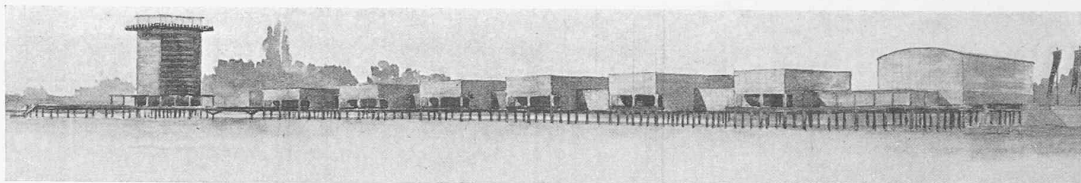


Abb. 1 und 2. Durch Gruppierung von Baukörpern um den Hafen Mythenquai entstehen dort reizvolle, von Bauten umschlossene Binnenwasserhäfen. — Am Süden des Geländes am See massierte Pfahlbauten.

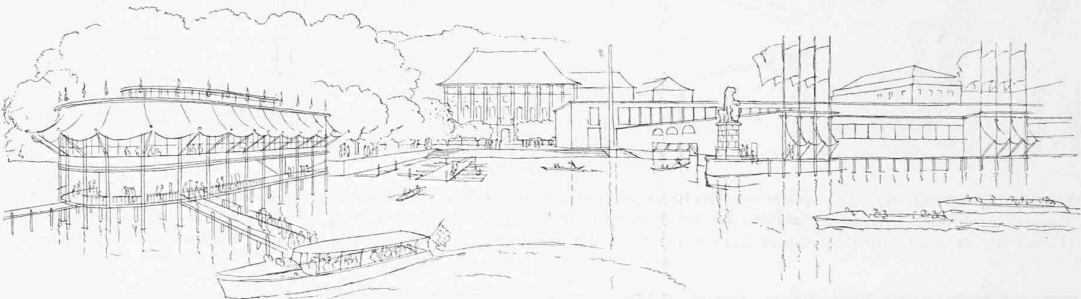


Abb. 3. Glückliche Angliederung der Ausstellungsbauten an das Vorhandene: den Zürileu auf dem Hafendamm, das festliche Gebäude der Schweizer Rückversicherungs-Gesellschaft.

hat sich überdies in den letzten Jahrzehnten gewandelt: Plakat und Inserat sind zum grossen Teil ersetzt und an Massenwirkung überboten worden von Film und Radio. Da nun Film und Radio in erster Linie kulturelle Vermittler sind, so ergibt sich in natürlicher Weise der Übergang von der direkten zur indirekten Werbung, von der Reklame zur kulturellen Werbung. In dem Masse, als sich dadurch das Tätigkeitsfeld erweitert und das Problem vertieft, wird die Werbewirkung nachhaltiger, wertvoller.

Konzentration: Zusammenfassung der Kräfte, höchster Nutzeffekt ist zu erreichen, wenn das Interesse möglichst vieler geweckt und planvoll geleitet wird. Ein so grosses Unternehmen erheischt geradezu das Zusammenspiel der wirtschaftlichen und der kulturellen Kräfte. Die Schweizerische Landesausstellung wird aus sich heraus und über sich hinaus wirken,

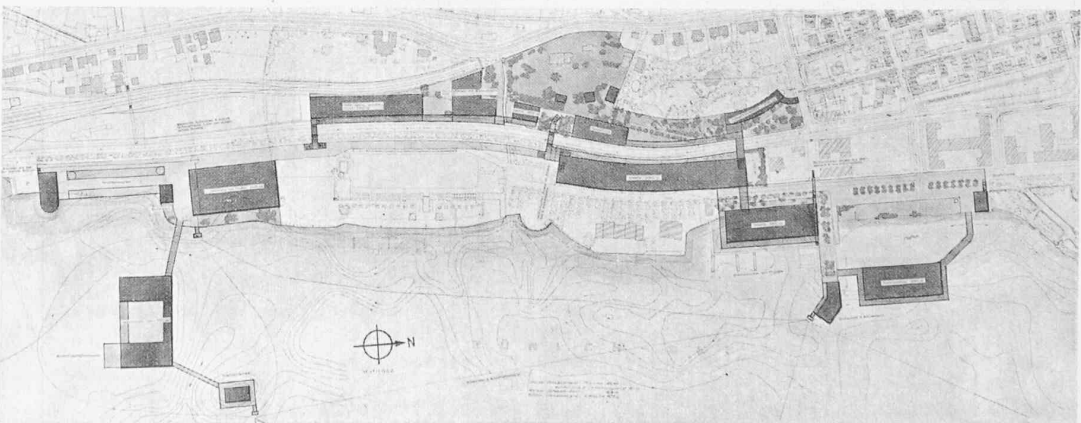


Abb. 4. Ausgiebige Bauten im See. — Nach einem Vorschlag von Prof. Dr. L. Karner (E. T. H.) brauchten solche Bauten nicht auf untiefe Stellen beschränkt zu werden, sondern könnten mit beliebigem Flächenmass, auch über 100 × 200 m, auf eisernen Pontons schwimmen (z. B. auch mit Parkierungsmöglichkeit im «Untergeschoss»).