

Zeitschrift: Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art

Band: 60 (1973)

Heft: 12: Jubiläumsnummer 60 Jahre = Numéro 60e anniversaire

Artikel: 60 Jahre Werbeträger = Depuis 60 ans support de publicité = 60 years as a publicity medium

Autor: Jaquet, Ch. / Michel, St.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-87671>

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: 11.01.2026

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

60 Jahre Werbeträger

Die Annahme, im Werk würden sich die Einflüsse der zeitgenössischen Kunst in besonderem Mass in der Werbegrafik niederschlagen, hat sich beim Durchblättern der sechzig Jahrgänge selbst in den hoffnungsvollen Jahrzehnten nicht bestätigt. Aber auch unsere Erwartungen, im Organ des Werkbundes häufiger als anderswo auf Pionierarbeiten der Schweizer Gebrauchsgrafik zu stossen, waren zu hoch gesteckt. In früheren Jahrgängen erschienen verschiedene ausgezeichnete Berichte über das grafische Schaffen der jeweiligen Epoche – auch darin war Werbung aus dem Werk kaum zu finden.

Bei einer Zeitschrift mit einem kulturell so breiten Fächer fällt die niveaumässige Divergenz zwischen redaktionellem Teil und Inseratseiten besonders auf.

Ein Grund ist sicher die Inserentenschaft, die sich vorwiegend aus der Baubranche rekrutiert. Sie warb und wirbt im Werk, um den Architekten anzusprechen – eine nicht besonders werbefreundliche, aber durchaus informationsbedürftige Zielgruppe.

Und weil die Materie mehrheitlich technischer Natur ist, tendiert die Werbung der Baubranche zur handfesten Argumentation. Diese Sachlichkeit, die der Architekt schätzt, entbindet den Werber aber nicht von der kreativen Anstrengung, verbal und visuell eigenständige Lösungen zu suchen.

Von Ausnahmen abgesehen, kommt man in den ersten vier Jahrzehnten zum Eindruck, dass der Architekt als Empfänger der Werbebotschaften eigentlich ungenügend erkannt worden ist. Teilweise gebärden sich die Inserate sogar im anonymsten Sinne reklamig.

Und in neuerer Zeit – sozusagen der Werbeagenturepoche – kommen die Kampagnen im Werk sicher ästhetisch anspruchsvoller daher; ob sie den Architekten aber ehrlicher und direkter informieren, ist mindestens diskutabel.

Selbstverständlich hätte sich aus den sechs Jahrzehnten trotzdem eine Galerie prominenter Grafik in chronologischer Abfolge zusammenstellen lassen. Für eine Retrospektive über die Werbung im Werk wäre sie aber nicht repräsentativ.

Wir sichteten das Material deshalb nicht nur nach visuellen Kriterien, sondern nach Themenkreisen auf unterschiedlichsten Ebenen, um über die optische Recherche hinaus auch produktbezogene, ideologische oder gar kuriose Aspekte dieses sechzigjährigen Inseratpaketes zu vermitteln.

Wer in unserer Selektion bekannte Beispiele guter Werbung vermisst, möge sie zu den erwähnten Ausnahmen zählen. Sie bestätigen nicht nur die Regel, sondern könnten sogar vom Versprechen profitiert haben, das der erste Verleger des Werk anno 1914 in seiner Annonce abgelegt hat (leider ohne Gültigkeitsdauer): «...künstlerische Entwürfe für Inserenten im „WERK“ kostenfrei...»

CH. JAQUET/ST. MICHEL

Depuis 60 ans support de publicité

En feuilletant les numéros de WERK parus depuis soixante ans, nous avons vu s'envoler notre espoir de retrouver dans l'art graphique publicitaire l'influence particulièrement marquée de l'art contemporain, et ceci même pour les meilleures années. Nous avons également été déçus de ne pas rencontrer davantage d'œuvres marquantes pour le développement de cet art mineur en Suisse. En fait, les comptes rendus publiés précédemment sur la production des différentes époques font rarement allusion à la publicité ayant paru dans WERK.

Pour une revue aux ambitions culturelles aussi larges, ce déséquilibre entre le niveau rédactionnel et celui des pages publicitaires est particulièrement frappant. Il faut certainement en chercher la raison chez les annonceurs qui, depuis 1914, se recrutent naturellement surtout dans les milieux de la construction. Ils ont choisi et choisissent encore WERK comme support publicitaire afin de s'adresser directement aux architectes qui sont, comme on le sait, peu amis de la publicité, bien que fort soucieux d'information.

Vu le caractère en grande partie technique de la publicité qui leur est destinée, il est normal qu'elle ait tendance à se concentrer sur des arguments concrets. Mais cette objectivité ne devrait pas délier les publicitaires du soin de faire œuvre créatrice et de chercher des solutions originales du point de vue visuel et verbal.

Or, à quelques exceptions près, on a l'impression que, pendant les quarante premières années, les annonces parues dans WERK ne tiennent pas suffisamment compte de la psychologie spécifique des architectes. Elles ont même en partie un caractère «réclame» au sens le moins différencié du mot. Et si, à l'époque actuelle où la publicité est devenue le fait d'agences spécialisées, les campagnes qui paraissent dans WERK sont peut-être plus attrayantes et d'un niveau plus élevé, on peut se demander si elles renseignent les architectes plus directement et avec plus d'honnêteté qu'autrefois.

Il est clair que nous aurions pu pourtant présenter les annonces les plus marquantes de ces soixante années en les faisant défiler dans l'ordre chronologique. Mais cette sélection n'aurait pas été représentative de la publicité faite dans WERK.

Voilà pourquoi nous n'avons pas simplement appliqué des critères esthétiques mais opéré un classement à tous les degrés autour d'un certain nombre de thèmes. Ceci nous a permis de rendre compte non seulement d'un effort de recherche visuelle mais aussi de certains aspects concrets, idéologiques ou même farfelus de la publicité de six décennies.

Certains regretteront peut-être l'absence d'exemples bien connus de bonne publicité. Nous leur demandons de les considérer comme des exceptions confirmant la règle. Mieux encore: comme autant de réalisations qui mériteraient de profiter de la promesse (hélas! éphémère) faite en 1914 par le premier éditeur de WERK. C'est-à-dire d'être publiées gratuitement pour leur valeur artistique.

CH. JAQUET/ST. MICHEL

60 years as a publicity medium

The expectation that in "Werk" the graphic effects employed in the advertisements would, over a period of 60 years, reflect the movements in contemporary art has been disappointed. Our hopes of finding pioneer work by Swiss graphic artists more frequently than elsewhere

in the organ of the Werkbund were also disappointed. In earlier years, various excellent reports appeared on the graphic art of the time – here too commercial art from "Werk" was practically non-existent.

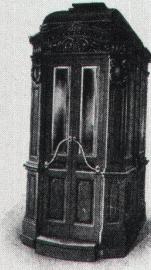
In a journal with such high standards the discrepancy between the level of the articles and

that of the advertisements is striking. One reason for this is surely the fact that the advertisers are mainly people in the building industry. They have always appealed, and continue to appeal, in "Werk", to architects – a group that is not especially receptive to publicity but is hungry for information.

Aufzüge/Bodenbeläge Ascenseurs/Revêtements de sol

4. Jahrgang 1917 DAS WERK Heft 6

AUFZÜGE



liefern in modernster Ausstattung für alle Betriebsarten

SCHINDLER & CIE
Gegr. 1874 LUZERN

Telephone 873

1917



Otis-Aufzüge
Neueste Bauart
Aufzüge mit Microsteuerung
Automatische Feineinstellung
GESETZLICH GESCHÜTZT

FABRIKEN IN
NEW-YORK / CHICAGO / BUFFALO
(U. S. A.)
PARIS / LONDON / BERLIN
SCHWEIZERFABRIK UND BUREAU
ZÜRICH
BIRMENSDOFERSTRASSE 273
Telephone: Selau 21.66, Telegramme: Landenstrasse Zürich

1928



1952



SCHINDLER AUFZÜGE
ZUVERLÄSSIG
GERÄUSCHLOS
DAUERHAFT
PREISWERT
SCHINDLER
1874
FABRIKMARKE

SCHINDLER & CIE AG LUZERN

1937



HÄUFLER

VERBAND SCHWEIZER PARQUET-FABRIKANTEN

ZÜRICH BERN LAUSANNE
Börsestrasse 10 Optingenstrasse 16 Maupas 13

Beratung u. Ausführung

1920



Helfen Sie dem
Schweizer-Produkt
wieder einen Sechstel weiter!

Nur ein Drittel des Verbrauches an Linoleum in der Schweiz deckt die inländische Industrie. Die anderen zwei Drittel werden importiert und doch könnte die Schweiz leicht ihren Bedarf im Lande decken!

Linoleum *Markt Helvetica* ist ausländischen Produkten durchaus ebenbürtig nicht teurer und dabei schweizerisch.

Wenn jeder Architekt oder Bauherr Linoleum *Markt Helvetica* mehr also Schweizer Linoleum ins berücksichtigen würde, könnte das Schweizer Haus! Unsere Prospekte, Muster sowie das Bezugssquellenverzeichnis stehen zu Ihrer Verfügung.

LINOLEUM AG GIUBIASCO (SCHWEIZ)
AGENTUR IN ZÜRICH BLICKERWEG 50

1923

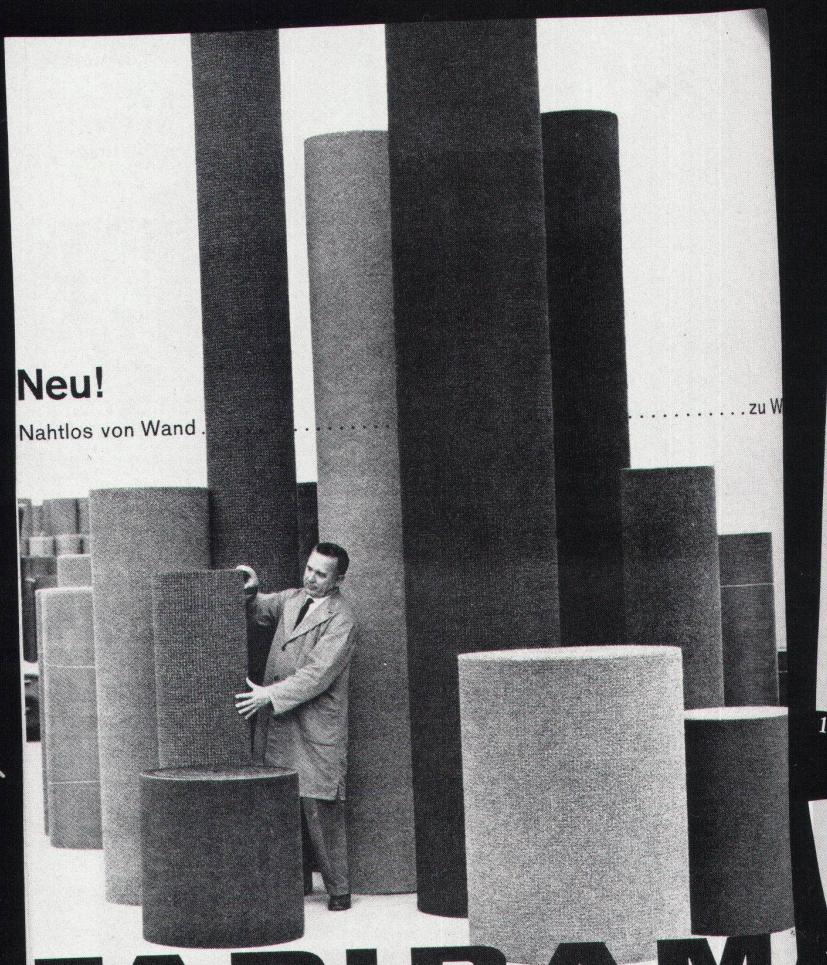
Wo das Dienstbotenproblem zu einer Vereinfachung der Hausarbeit zwingt,

ist der Palamit-Bodenbelag ein wichtiger Helfer. Er ist leicht zu behandeln, dabei schöner und wenig schmutzend. Die ruhige Wurzelmasse ergibt eine vornehme Raumwirkung und der Preis liegt günstig. Wer Wert legt auf warmen, schallisoliierenden Boden, lässt sich Palamit unverbindlich vorzeigen.

PALAMIT
der warme Bodenbelag
von Meyer-Müller & Co. AG
ZÜRICH beim Central
Gleicher Haus in Bern

1942

Bodenbeläge / Findlinge Revêtements de sol / Blocs erratiques



1963

Wie bequem, schnell und gründlich
ist eine Waschung
des
Bubi-
Kopfes

mit Dr. Dralle's
Birkenwasser

Gertrude Arzdorf
der
beliebte jugendliche
Tonzstern

Dr. Dralle's Birkenwasser

Wird besonders lockeres Haar gewünscht, wähle man Dr. Dralle's Birkenwasser „Extra trocken“
In jeder Apotheke, in allen Drogerie-, Parfümerie- u. Coiffeurgeschäften. En gros: Adolf Rach, Basel

1928



1920

Die Innenarchitekten oder Kunstmaler, welche an
HEIRAT
denkt, wendet sich an Chiffre OFA 6413 St. Orell Füll-
Annoncen, St. Gallen.
„ER“ betreibt eine Möbelschreinerei auf dem Lande (Ost-
schweiz). Ist 31 Jahre alt, 175 cm groß und gesund. Seine
Freuden: Schöne Arbeiten, Wandern und Skifahren, gute
Bücher. Wer schreibt mir einen Brief?

1944

KURHEIM ZUM EICHHÖRNLI
BASEL · BATTERIEWEG 19
Inhaber:
Dr. med. K. GRAETER
Spezialarzt für Nerven- und
Gemütskrank

Familienleben - Aufnahme nur weniger Personen - Behandlung
durch Psychanalyse, Psychogogik, Suggestion, Anleitung zur Auto-
suggestion, Gymnastik, Massage, Entziehungscuren - Spezialbe-
handlung für Bettlägerige und Stotterer, Herz- und Darmneurosen

Verlangen Sie Prospekte

Tel. Saffran 12.49

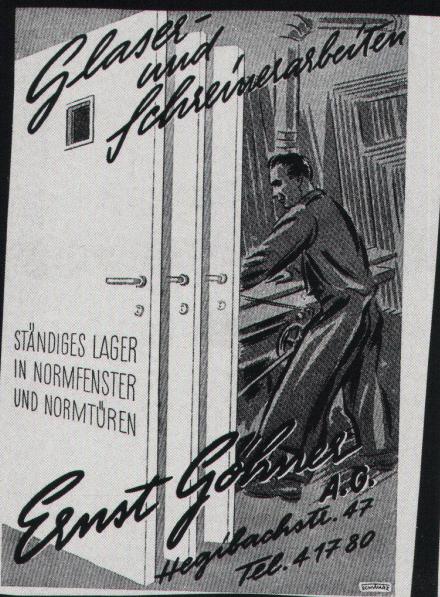
1928

1944

Göhner



1928



1944



1950

Göhner Normen in jeder dritten Wohnung



In jeder dritten Wohnung finden Sie Fenster oder Türen oder
Küchen oder Elemente – oder alle vier Produkte von uns.

Das heisst: Keine Detailpläne.

Keine Beschriebe

Denn wir liefern die nötigen Unterlagen.

Das heisst ausserdem: Über 50 Jahre Erfahrung in der Rationalisierung des Wohnungsbauens.
Und über 50 Jahre Vertrauen von Architekten und Bauherren in unsere Produkte.

1971

Heizen / Jeanneret Chauffage / Jeanneret

IM WINTER HABEN SIE
überall 18 grad

231

MIT DER ZENTRALHEIZUNG
IDEAL CLASSIC

mittels "IDEAL CULINA" HERD
2-7 Zimmer heizend
Verlangen Sie unsern illustrierten
Prospekt Nr. 28

oder

mittels "IDEAL CLASSIC" KESSEL
3-15 Zimmer heizend
Besuchen Sie unsern
Ausstellungsraum

RADIATOREN A.-G., ZÜRICH

Ausstellung: Füsslistrasse 4

1930

ESKIMO

ist die Vertrauensmarke Ihres Bauherrn!
Devisieren Sie nicht, ohne sich
von den Vorzügen derselben
überzeugt zu haben

*

AUSSTELLUNGEN

in ZÜRICH: Seidengasse 12
Goethestrasse 22
in BERN: Waisenhausplatz 14/16
in BASEL: Elisabethenstrasse 17

1927

Spare Kohlen
der selbsttätigen **Equitherm** mit
Regulierung

Die Equitherm-Regulierung ist eine sehr
einfache Apparatur, welche die Kessel-
temperatur ganz automatisch in Ab-
hängigkeit von der Witterungsverhält-
nis, dem Raum und dem Raum-
reguliert und dadurch bei geringstem
Heizmittelverbrauch eine stets gleich-
bleibende Raumtemperatur garantiert.
Zahlreiche Referenzen über ausgeführte
Anlagen.

SAUTER
FR. SAUTER A.G. FABRIK ELEKTR. APPARATE BASEL
Verlangen Sie unsere Prospekte

1942

Geräuschlos
wie der Gang eines Panthers muß eine
Kirchenheizung
arbeiten; dafür garantiert der
Qualitätsname

WERA

Die Warmluft-Kirchenheizung System WERA

1960

AHRGANG / ZWEITES HEFT

L'ESPRIT NOUVEAU

REVUE INTERNATIONALE
ILLUSTRÉE DE L'ACTIVITÉ CONTEMPORAINE

ARTS / LETTRES / SCIENCES

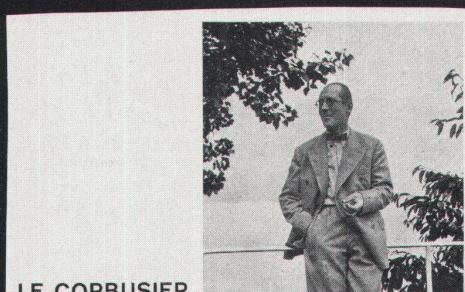
LITTÉRATURE / ARCHITECTURE
PEINTURE / SCULPTURE / MUSIQUE
SCIENCES PURES ET APPLIQUÉES
ESTHÉTIQUE EXPÉRIMENTALE
ESTHÉTIQUE DE L'INGÉNIER
URBANISME / PHILOSOPHIE
SOCIOLOGIQUE / ÉCONOMIQUE
SCIENCES MORALES ET POLITIQUES
VIE MODERNE / THÉÂTRE
SPECTACLES / LES SPORTS
LES FAITS

PARAÎSSANT LE 10 DE CHAQUE MOIS

DIRECTEURS
OZENFANT ET CH.-E. JEANNERET

1925

Jeanneret/Krieg und Krise/Licht Jeanneret/Guerre et crise/Lumière



LE CORBUSIER

hat sich, in der erkenntnis, dass das „kleiden“ der wände jedem anstrich vorzuziehen ist, für

Salubra

entschieden. - le corbusier sagt zu der von ihm geschaffenen salubra-kollektion:

„salubra ist olfarbanstrich in rollen. - statt in staub und getümmler der baustelle „farben in mehreren lagen auf wände und decken aufzustreichen, wird heute der „maschinelle anstrich in rollen“ als allerletzte arbeit gebrauchsfertig aufgeklebt.“

das le corbusier salubra-album liegt auf bei der firma

KORDEUTER, zürich, talstr. 11

ebenso die übrigen neuesten salubra-kollektionen mit mustern schon von fr. 4.50 an die rolle. - verlangen sie bei jedem salubra-kauf die schriftliche garantie für lichtechtheit und waschbarkeit.

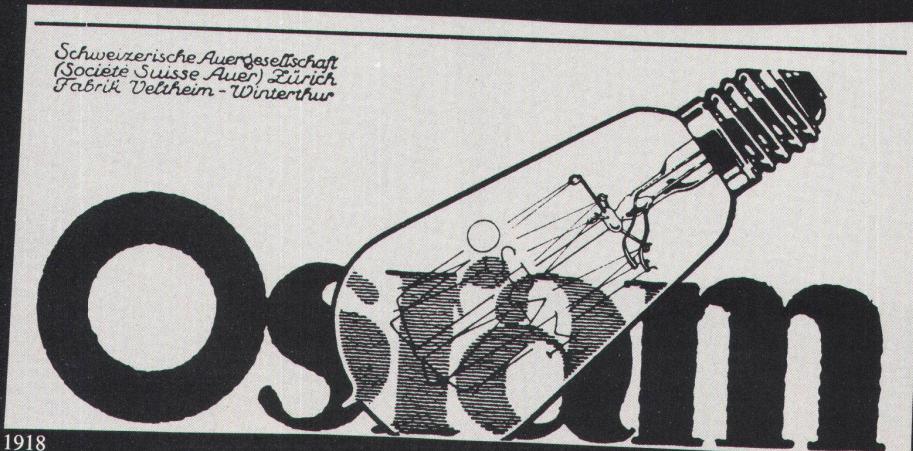
1931



1941

	Pro Arte Rob. Klingele, Aeschenvorst. 36	Bilder alter Meister Schweizerische Kunstsammlung Verkaufsstelle der Ortsgruppe Basel des SWB	
Bern	Kunsthalle Kunstmuseum Gewerbemuseum Gutekunst & Klippstein Thunstrasse 7 Maria Bieri, Marktgasse 56	Künstler von Ascona: Epper, Helbig, Kohler, Seewald Gedächtnisausstellung W. K. Wiemken	ständig
		Bis auf weiteres keine Ausstellungen, da die Räume für die Abgabe der Rationierungskarten beschlagnahmt sind Alte und moderne Originalgraphik	25. Jan. b. 22. Febr.
		«Intérieurs» Verkaufsstelle des Schweiz. Werkbundes	ständig

1942



1918

TATSACHENBERICHTE

Die Moorsoldaten

13 Monate Konzentrationslager
von Wolfgang Langhoff

mit 2 Illustrationen von Jean Kralik, der ebenfalls als Schutzhäftling im Lager Börgermoor war. 328 Seiten, Preis geb. Fr. 7.80, brosch. Fr. 6.50.

Eine englische und eine französische Ausgabe dieses Buches erscheinen in den nächsten Wochen

Unpolitischer Tatsachenbericht
Das Buch der verletzten Menschenwürde

1935

Was sagt Ihr Schweizerherz? dazu.

Elektrizität ist unser nationales Gut und unser Stolz. Wer die Verbreitung und den Verbrauch der elektrischen Kraft fördert, dient der schweizerischen Volkswirtschaft und Wohlfahrt und hilft notabene mit, uns vom Ausland unabhängiger zu machen. Sie, Herr Architekt, sind ein Befürworter dazu wie kaum ein zweiter. An Ihnen liegt es vor allem, der elektrischen Küche zum Durchbruch zu helfen.

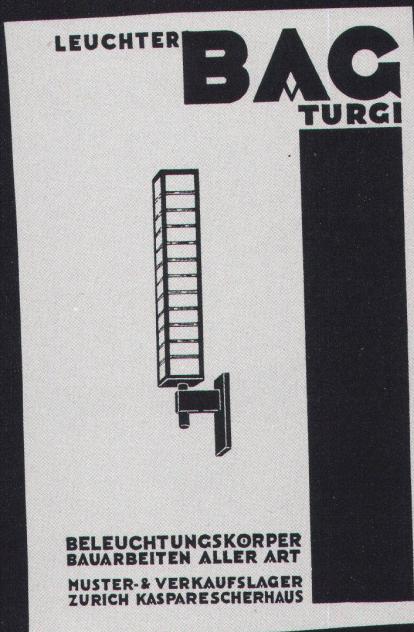
Diese Aufgabe ist um so freudvoller für Sie, weil die elektrische Küche alle erdenklichen Vorteile aufweist und dabei tatsächlich auch wirtschaftlich ist. Wenn Sie die elektrische Küche empfehlen, dann verbinden Sie das Gute mit dem Nützlichen und dienen jedem Ihrer Kunden im doppelten Sinne.

ELEKTRIZITÄT macht uns unabhängiger!

1939



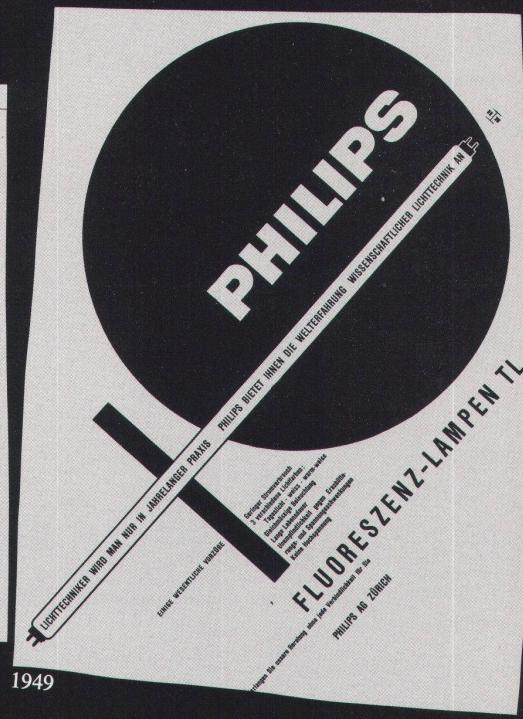
Licht / Materialien Lumière / Matériaux



1931



1944



1949



Tel. 109.53



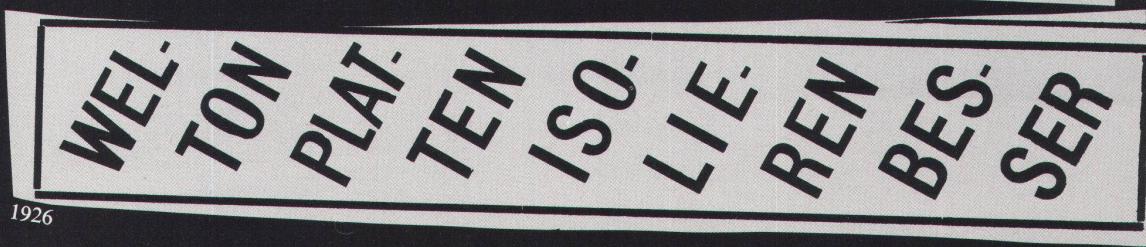
1920

Ziegel und Backsteine Jahrtausende alt - noch heute das beste Baumaterial!

1931



1931



1926

Materialien / Referenzen Matériaux / Références

● die bauhilfe: die bauhaus tapeten sind ein erzeugnis des bauhauses, das auch derjenige restlos anerkennen muß, der die sonstigen arbeiten des bauhauses mit einer gewissen zurückhaltung aufnimmt. mit der herstellung dieser tapeten ist die firma rasch dem dringenden bedürfnis nach einer formal und technisch guten tapete nachgekommen. dr. ing. richard döcker, stuttgart: die in diesem katalog enthaltenen muster sollten als standardmuster für tapeten für das nächste jahrzehnt mindestens bestehen bleiben. prof. dr. ing. e. h. walter gropius: es liegt mir sehr daran, wenn die wohnungen mit den neuen bauhaus tapeten ausgestattet werden. arch. haesler, celle: absichtige die bauhaus tapeten bei einer größeren siedlung zu verwenden. prof. dr. ing. e. h. petzigt: die bauhaus tapeten sind sehr gut und werden sehr geschätzt. arch. a. h. schmid, schaffhausen, sch. k. Köln: finde die tapeten ganz ausgezeichnet. arch. b. in h. bitte um angabe von firmen, die für den bezug dieser art tapete empfohlen werden können. arch. b. k. halle: werde gern die bauhaus tapeten anderen vorstellen. arch. g. b. in wiesbaden: werde nicht versäumen, die uns sehr zusagenden bauhaus tapeten zu verwenden. arch. k. gutmann, frankfurt: finde dessins und farbgestaltung ausgezeichnet und hoffe oft gelegenheit zu haben, bauhaus tapeten in vorschlag zu bringen. arch. r. d. in k.: habe mit interesse die bauhaus muster gesehen. dipl. ing. f. f. in g. die recht gute bauhaus kollektion. preuss. neubauamt in cl.: wir interessieren uns für bauhaus tapeten. r. v. d. wohnungsfürsorge ges. e. v. Berlin: wir stellen in diesem zusammenhang fest, daß die tapeten in unserer mitgliederversammlung großen anklang gefunden haben.

verlangen sie das blaue und gelbe bauhausbuch mit zusammen 250 farbtönen. zu beziehen durch jede bessere tapetenhandlung. hersteller: tapetenfabrik rasch & co., bramsche.

bauhaus tapeten

1931

Zell-ton
GESETZLICH GESCHÜTZT.



Zwischenwandplatte aus gebranntem Ton. Nagelbar und zersägbar.

ZURCHER ZIEGELEIEN ZURICH
TALSTRASSE 83 TELEFON (051) 23 87 00

J. SCHMIDHEINY & CO. AG.
ZIEGELWERKE, HEERBRUGG SG TELEFON (071) 7 24 04

1949

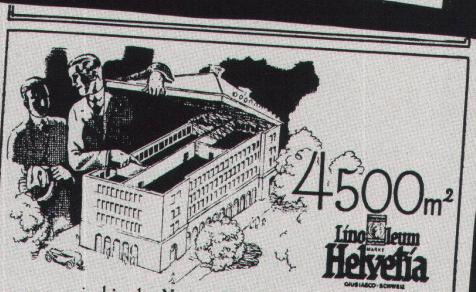
Warum sind die Vergnügungsstätten überfüllt?

Weil viele Menschen es nicht verstehen, ihr Heim so zu gestalten, dass es intime und fesselnde Reize ausübt. Legen Sie mehr Sorgfalt auf Ihre Wohnung, überlegen Sie, ob Sie nicht durch **Neu-tapezieren**

Ihrer Räume die Freude am eigenen Heim heben können.
Grosses, reich assortiertes Lager im

Tapetenhaus KORDEUTER
Theaterstr. 12

1924

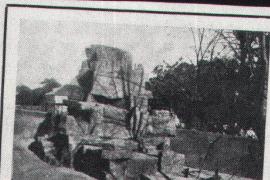


sind in der Nationalbank Zürich verlegt.
Marken 'Helyfia' ist erstklassig in Qualität, jeder fremden Marken ebenbürtig und in Dessins und Fabrikation schweizerisch.

1928

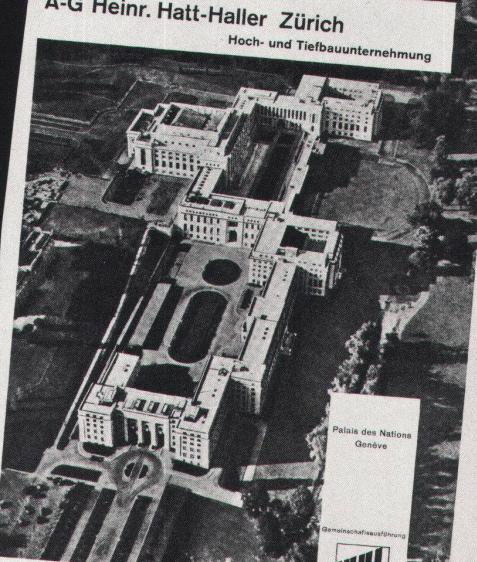
ZOO IN BASEL AFFENZWINGER

KÜNSTLICHE FELSEN AUF
Rauchs Reform-Rabitz



1931

A-G Heinr. Hatt-Haller Zürich
Hoch- und Tiefbauunternehmung



Palais des Nations Genève
Gemeinschaftsausstellung
HHH

VII

1939

Sanitär Sanitaires



1921



1949

Aktiengesellschaft

Karrer, Weber & Cie., Unterkulm

Armaturenfabrik - Metallgießerei

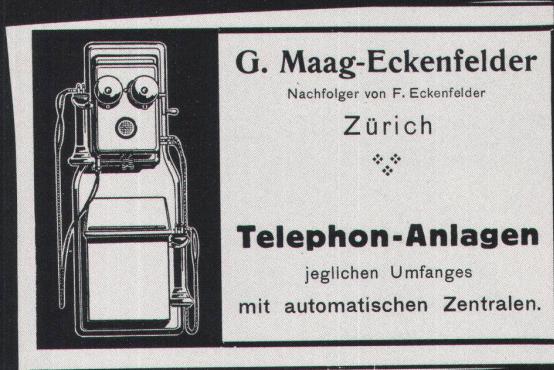
b / Aarau

Telephon: Unterkulm (064) 3 8144



1926

Telefon / Zeichnen Téléphone / Dessin



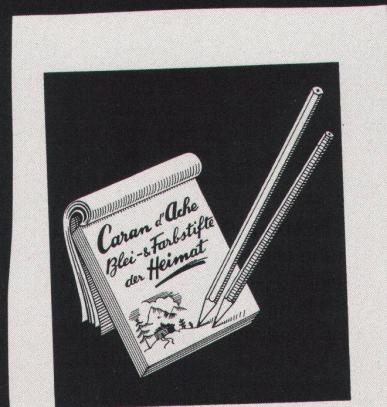
1914



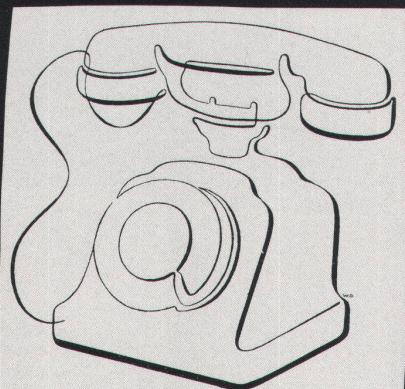
1923



1917



1944



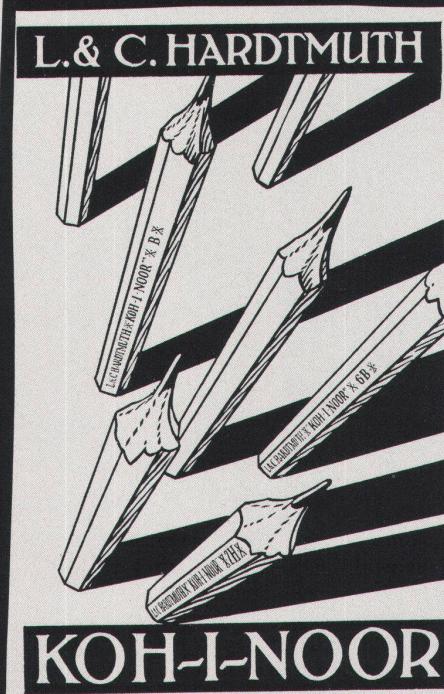
Die schöne Linie

und die Präzision des beliebten
schweizerischen Telephonapparates
sind für unsere Erzeugnisse kenn-
zeichnend.

Die Herstellung von Telephonen für jeden Zweck: Telephonzentralen für Hand- oder automatischen Betrieb, Linienwähler, Selektoren, Bahntelephone usw. ist unsere Spezialität.

Verlangen Sie stets auch ein Angebot von
der grössten und ältesten schweizerischen
Telephonfabrik, der

HASLER AG • BERN



1930