

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

Depuis 60 ans support de publicité

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 sichtet 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 Inseratepaketes 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 Inseraten im 'WERK' kostenfrei...»

CH. JAQUET/ST. MICHEL

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 & C^{ie}

Gegr. 1874 LUZERN Telefon 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
BIRMENSCHWILDERSTRASSE 273
Telephon: Selnau 21.66 / Telegramme: Lyndentree Zürich

1928

SCHWEIZERISCHE WAGGON- UND AUFZUGFABRIK A.G. SCHLIESEN ZÜRICH



Schlieren
Aufzüge

1952



SCHINDLER AUFZÜGE

- ZUVERLÄSSIG
- GERÄUSCHLOS
- DAUERHAFT
- PREISWERT

SCHINDLER 1874
FABRIKMARKE

SCHINDLER & C^{ie} A/G LUZERN

1937



VERBAND SCHWEIZER PARQUET-FABRIKANTEN

ZÜRICH BERN LAUSANNE
Börsenstrasse 10 Opligenstrasse 16 Maupas 13
Beratung u. Ausführung

1920



Helfen Sie dem Schweizer-Produkt wieder einen Sechstel weiter!

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

Linoleum Marke Helvetia ist ausländischen Produkten durchwegs ebenbürtig, nicht teurer u. dabei schweizerisch.

Wenn jeder Architekt oder Bauherr Linoleum Marke Helvetia mehr also Schweizer Linoleum ins berücksichtigen würde, könnte ein Schweizer Haus! Unsere Produkte, Muster sowie das Bezugsquellenverzeichnis stehen zu Ihrer Verfügung.

Helvetia
enttäuscht nie!

LINOLEUM AG GIUBIASCO (SCHWEIZ)
AGENTUR IN ZÜRICH BLEICHERWEG 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, schallisierenden Boden, lässt sich Palamit unverbindlich vorzeigen.

PALAMIT

der warme Bodenbelag

VON Meyer-Müller & Co. A.G.

ZÜRICH beim Central
Gleiches Haus in Bern

1942

Bodenbeläge/Findlinge Revêtements de sol/Blocs erratiques

Neu!

Nahtlos von Wand



TAPIRAM

Tapirama: Name des neuen breiten Teppichs, bis 460 cm breit, wie ein stattliches Zimmer. Und nahtlos! Aber auch schmaler, bis 70 cm. Tapirama: in 4 Macharten und vielen Farben. Tapirama aus reiner Wolle und Haargarn. Tapirama dauerhaft und mittensicher.

Tapirama eignet sich gut als Spannteppich. Doch auch frei ausgelegt im richtigen Mass, deckt er den Boden nahtlos und grosszügig. Wenn er als Milieu oder Laufer dienen soll, genügt es, Länge und Breite anzugeben. Wer an Wohnlichkeit denkt, an Stube, Schlaf-

und Kinderzimmer, an Empfangs- und Sitzungsräume, an Büros oder Hotelzimmer, der frage beim Teppich- oder Möbelfach beim Tapezierer oder Warenhaus nach Tapirama. Und wir bestellt, braucht nicht lange zu warten, denn Tapirama ist sofort ab Lager lieferbar.

1963

Der neue



1920

Die Innenarchitektin oder Kunstgewerblerin, welche an

HEIRAT

denkt, wendet sich an Chiffre OFA 6413 St. Orell Füßli-Annancen, St. Gallen.

„ER“ betreibt eine Möbelschreinerei auf dem Lande (Ostschweiz). Ist 31 Jahre alt, 175 cm groß und gesund. Seine Freuden: Schöne Arbeiten, Wandern und Skifahren, gute Bücher. Wer schreibt mir einen Brief?

1944

Wie bequem, schnell und gründlich

ist eine Waschung des

Bubi-

Kopfes

mit Dr. Dralle's Birkenwasser

Man feuchte Haar und Kopfhaut gut an und massiere letztere einige Minuten mit den Fingerspitzen. Dann wird das Ganze mit einem Handtuch trocken gerieben. — Fertig! Keine Erkältungsgefahr. Das Haar wird duftig, seidlich und schmiegsam.

Gertrude Arzendorf
der
beliebte jugendliche
Jüngstern

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 Raich, Basel

1928

KURHEIM ZUM EICHHÖRNLI
BASEL · BATTERIEWEG 19

Inhaber:

Dr. med. K. GRAETER
Spezialarzt für Nerven- und
Gemütskrankte

Familienleben - Aufnahme nur weniger Personen - Behandlung durch: Psychoanalyse, Psychagogik, Suggestion, Anleitung zur Autosuggestion, Gymnastik, Massage, Entziehungskuren - Spezialbehandlung für Bettnässer und Stotterer, Herz- und Darmneurosen

Verlangen Sie Prospekte

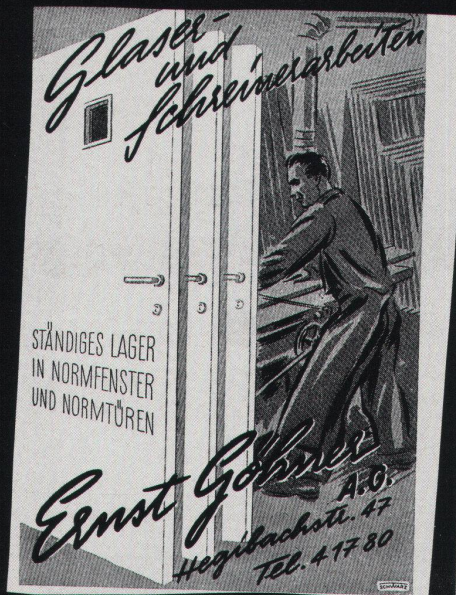
Tel. Saffran 12.49

1928

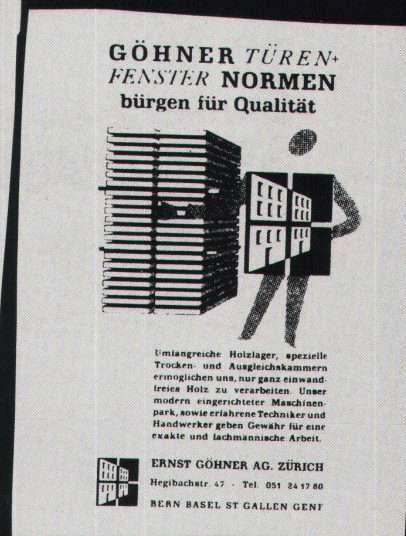
Göhner



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

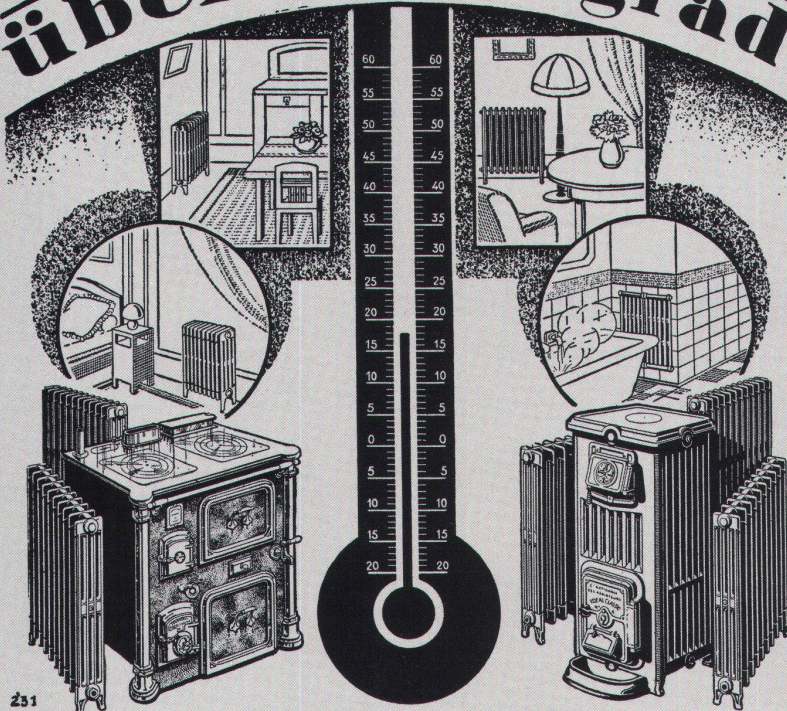
Denn wir liefern die nötigen Unterlagen.

Das heisst ausserdem: Über 50 Jahre Erfahrung in der Rationalisierung des Wohnungsbaues.
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

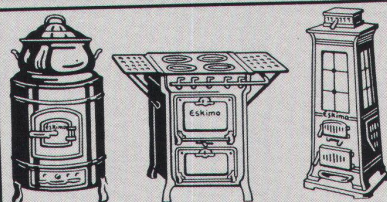
mittels "IDEAL CULINA" HERD
2-7 Zimmer heizend

oder

mittels "IDEAL CLASSIC" KESSEL
3-15 Zimmer heizendVerlangen Sie unsern illustrierten
Prospekt Nr. 28Besuchen Sie unsern
Ausstellungsraum**RADIATOREN A.-G., ZÜRICH**

Ausstellung: Füsslistrasse 4

1930

**AFFOLTER, CHRISTEN & CO. A.G., Ofen- u. Herdfabrik, BASEL**

X

1927

ESKIMOist 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

Spare Kohlen mit
der selbsttätigen **Equitherm**
Regulierung

Die Equitherm-Regulierung ist eine sehr einfache Apparatur, welche die Kesseltemperatur ganz automatisch in Abhängigkeit von den Witterungsverhältnissen, mittelst einem Aussenfühler reguliert und dadurch bei geringstem Heizmittelverbrauch eine stets gleichbleibende 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**WEA**

Die Warmluft-Kirchenheizung System WERA

1960

JAHRGANG / ZWEITES HEFT

L'ESPRITREVUE INTERNATIONALE
ILLUSTRÉE DE L'ACTIVITÉ
CONTEMPORAINE

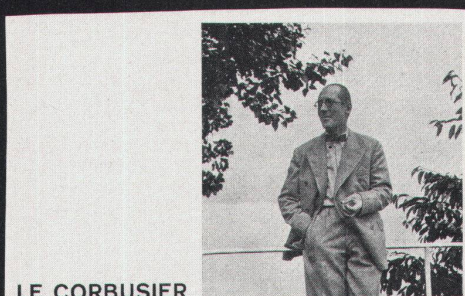
ARTS / LETTRES / SCIENCES

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

PARAISANT LE 10 DE CHAQUE MOIS

DIRECTEURS
OZENFANT ET CH.-E. JEANNERET**NOUVEAU**

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 ölfarbanstrich in rollen. - statt in staub und getümmel der baustelle „farben in mehreren lagen auf wände und decken aufstreichen, 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

Der **EINZEL-HÄNDLER** muss wissen, was das **KUNST-HANDWERK** leistet!

REICHSMESSE LEIPZIG FRUHLIAHR 1941
vom 2. bis einschliesslich 7. März

Auskünfte erteilt die Schweizer Geschäftsstelle des Reichsmesseamts in Leipzig, Zürich, Bahnhofstrasse 77

1941

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

1942

Schweizerische Auer-Gesellschaft
(Société Suisse Auer) Zürich
Fabrik Vetzheim - Winterthur

Osram

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

Eine Welle freudiger Zuversicht

spricht zu neuem fruchtbarem Schaffen allseits mächtig an. Alle Kräfte konzentrieren sich, gesteigerte Produktions-Bedürfnisse zu bewältigen. Es sprüht und funkelt wieder in den Fabrikationsräumen. Das hehre Lied erlösende Arbeit hebt kräftig wieder an.

Geschäftliche Erkenntnis

sorgt jetzt dafür, dass mit der Mehrung der Auftragsbestände nicht allein die maschinellen Einrichtungen des industriellen Betriebes vervollkommen, sondern auch die arbeitsbeschaffende und auftrags erledigende Leistungsfähigkeit der kaufmännischen Abteilungen durch rationellere Arbeitsmittel gefördert wird. Nur dann verhütet das kleine und grosse Unternehmen wirksam Stockungen, Fehler, unwiederbringliche Verluste.

Bigla

Büro-Einrichtungen

sind treue, rationelle Helfer des fortschrittlichen Kaufmannes und werden es immer bleiben. Auch für Ihre Abteilungen führen wir arbeitsbeschleunigende Stahlmöbel, Registraturschränke, Sichtkarleien etc. Verlangen Sie postwendende und kostenlose Zustellung des neuesten, aufschlussreichen Bigla-Prospektes:

Von glückhafter Büroarbeit

1937

1939



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 Berater 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!



1923

Licht / Materialien Lumière / Matériaux

LEUCHTER BAG TURGI



**BELEUCHTUNGSKÖRPER
BAUARBEITEN ALLER ART
MUSTER- & VERKAUFLAGER
ZÜRICH KASPARESCHERHAUS**

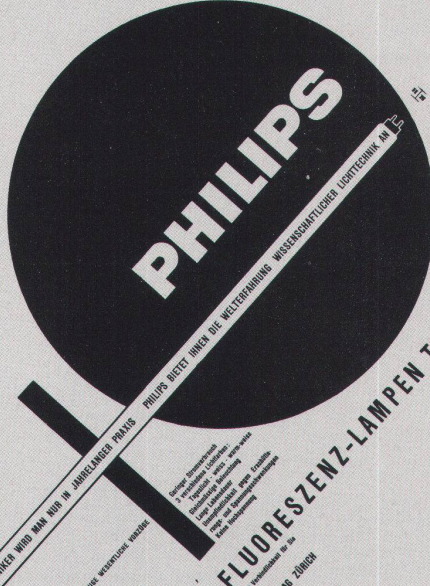
1931



Die neue Bigla-Pultlampe No. 10910
hat jene neuzeitlich gediegene Linie, die zum modernen Arbeits-
tisch des geistig Schaffenden paßt. Die nach oben abgeschirmte
Schale wirft das Licht blendungsfrei auf die Pultplatte. Gleich-
zeitig schafft die Lampe Stimmung und hilft der geistigen Samm-
lung nach. Man muß sie ja nur anschauen, um sie zu begehren.

Bigler, Spichiger & Cie. AG., Biglen (Bern)

1944



PHILIPS

PHILIPS BEDEUTET HIER DIE WEITERENTWICKELUNG WISSENSCHAFTLICHER LICHTTECHNIK

FLUORESCENZ-LAMPEN TL

LEUCHTECHNIKEN WIRD MAN NUR IM JAHRESLANGE PARIS

BRUNNEN VERTRIEBEN VERKEHR

Beleuchtungs-
einrichtungen
für Schulen,
Büros, Fabriken,
Kontrollräume,
Kunststätten,
Kino- und
Theaterstätten

Gruppe 30 unter Bezeichnung des Lichtstromes in lm
PHILIPS AG ZÜRICH

1949

Trockenlegung nasser Mauern — Isolierung bei Neubauten
Imprägnierung für Fassaden und Wetterseiten

WATERPROOF

KAEGI & KREBS ■ ZÜRICH Gefl. Prospekte
verlangen

Tel. 109.53

**Ziegel und Back-
steine Jahrtausende
alt-noch heute das
beste Baumaterial!**

1931

GIPS-UNION



**ZWISCHENWANDPLATTEN
A.G. ZÜRICH**

1920

**Ziegel A.G. J. Schmidheiny & Co
ZÜRICH**

**ALLEINLIEFERANTEN DER PATENT-
Isoliersteine**

HEERBRUGG



Verwendbar für
Aussen-, Innen- und Brandmauern. Halbe Isoliersteine
No. 2, 3 und 4 ergeben im Verband mit No. 1 20, 22, 24, 26, 28, 30, 32, 34, 36, 38, 40 cm
dicke Mauern. Halbe Isoliersteine eignen sich ganz speziell für Zwischenwände.

Spezial-Isoliersteine
mit Markennur für 25 cm
dicke Aussen-
und Innenmauern.

1931

**WEL-
TON PLAT-
TEN ISO-
LIE-
REN BES-
SER**

1926

Materialien / Referenzen *Matériaux / Références*

● die baugilde: die bauhaustapeten sind ein ergebnis 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 standard-muster 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 bauhaustapeten ausgestattet werden. arch. haesler, celle: absichtige die bauhaustapeten bei einer größeren siedlung zu verwenden. ● prof. dr. ing. h. h. sch. 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 bauhaustapeten anderen vorziehen. arch. g. b. in wiesbaden: werde nicht versäumen, die uns sehr zusagenden bauhaustapeten zu verwenden. ● arch. k. gutmann, frankfurt: finde dessins und farbstellung ausgezeichnet und hoffe oft gelegenheit zu haben, bauhaustapeten in vorschlag zu bringen. arch. r. d. in k.: habe mit interesse die bauhausmuster gesehen. dipl.-ing. f. f. amt in cl.: wir interessieren uns für bauhaustapeten. ● r. v. d. wohnungsfürsorge ges. e. v., berlin: wir stellen in diesem zusammenhang fest, daß die tapeten in unserer mitgliederversammlung großen anfang gefunden haben.

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

arch. h. hopp & lukas in königsberg: die darin gezeigten muster gefallen recht gut. arch. j. hörs, bad elster: teile ihnen mit, daß mir diese tapeten außerordentlich gut gefallen und ich nicht versäumen werde, dieselben bei jeder gelegenheit zu empfehlen. arch. roll distel in köln: werde mich gern der bauhaustapeten bedienen. ● hochbaudirektion abt. I-II im finanzministerium, dresden: die unterzeichnete dienststelle hat mit interesse von den bauhaustapeten Kenntnis genommen. architekturbedarf gmbh, dresden: wir sind von der kollektion der bauhaustapeten außerordentlich angetan. bau- und wohnungs gmbh, chemnitz: bauhaustapeten, die uns außerordentlich interessieren. franz weibel, arcego, losne: interessiere mich sehr für bauhaustapeten. ● e. wedepohl, reg.-bau-meister a. d., berlin: bin mit der wirkung ganz außerordentlich zufrieden. die unaufdringliche musterung läßt möbel und gebrauchsgegenstände vortrefflich zur wirkung kommen und die wand bleibt, was sie ist, hintergrund. arch. a. k. in c.: die bauhaustapeten sind das, was uns bisher fehlte. ● die form: hier ist ein weg beschritten, der sehr vernünftig und richtig ist. steinholz eisen: bauhaustapeten verdienen in technischer und ästhetischer hinsicht besondere beachtung und sind auch hinsichtlich der preise durchaus zeitgemäß. ● h. m., leipzig: bei bauhaustapeten, die uns ansehenshaft liegen auch aus dem auslande vor und zwar z. b. aus: holland, ungar, rumänien, tschechoslowakei, schweiz, österreich, dänemark etc. etc. ● reichspostministerium, abtlg. münchen: empfehlen den oberpostdirektoren die verwendung von bauhaustapeten.

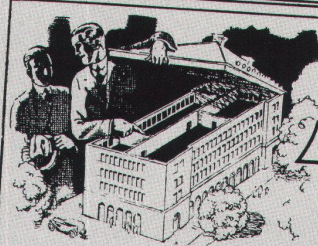
Warum sind die Vergnügungsstätten überfüllt?

Weil viele Menschen es nicht verstehen, ihr Heim so zu gestalten, dass es intime und fesselnde Reize ausstrahlt. 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. Marke 'Helvetia' ist erstklassig in Qualität, jeder fremden Marke ebenbürtig und in Dessins und Fabrikation schweizerisch.

1928



ZOO IN BASEL AFFENZWINGER

KÜNSTLICHE FELSEN AUF

Rauchs Reform-Rabitz

XII

1931

Zell-Ton

GESETZLICH GESCHÜTZT.



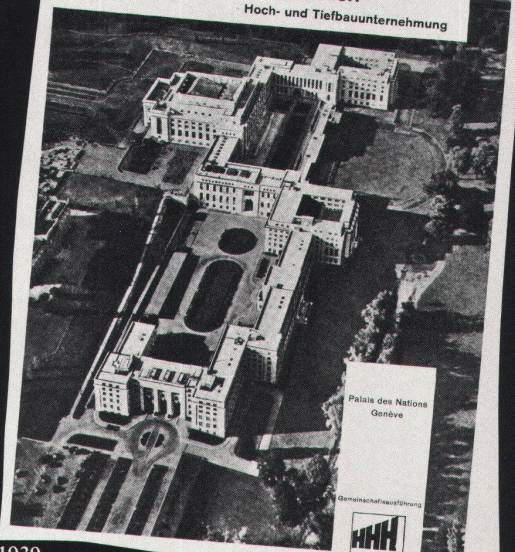
Zwischenwandplatte aus gebranntem Ton. Nagelbar und zersägbar.

ZÜRCHER ZIEGELEIEN ZÜRICH
TALSTRASSE 53 TELEFON (051) 23 87 00

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

A-G Heinr. Hatt-Haller Zürich

Hoch- und Tiefbauunternehmung

Palais des Nations
Genève

Gesellschaftsversicherung



1939

VII

1949

Sanitär Sanitaires



Munzinger & Co.
Sanitäre Apparate
Zürich
Pissoir-Anlagen

1921



KWC

Die Stopfbüchse, die an allen Neo-Armaturen bequem **von außen** angezogen werden kann, verhindert das Tropfen
patentiert in allen Staaten

Alle **KWC**-Neo-Armaturen können auch in PAX-Ausführung geliefert werden, die ein geräuschloses Funktionieren gewährleistet

Aktiengesellschaft **Karrer, Weber & Cie., Unterkulm** b / Aarau
Armaturenfabrik - Metallgießerei
Telephon: Unterkulm (064) 3 81 44

1949

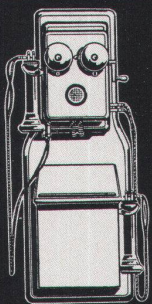


BENZ & C^{IE}
SANITÄRE ANLAGEN
ZÜRICH

VIII

1926

Telefon / Zeichnen Téléphone / Dessin



G. Maag-Eckenfelder
Nachfolger von F. Eckenfelder
Zürich

Telephon-Anlagen
jeglichen Umfanges
mit automatischen Zentralen.

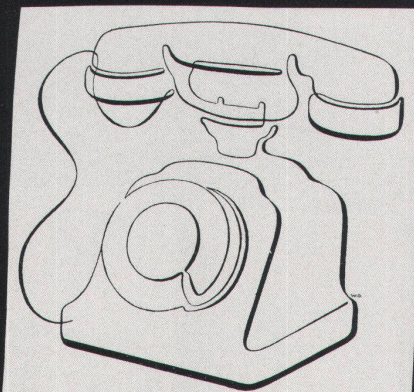
1914

Selbstwähler Anlagen
zum Anschluß an das eidg. Fernsprechnetz



Druckschriften auf Wunsch
SIEMENS
Elektrizitätserzeugnisse AG.
Abt. Siemens-Halske • Zürich, Bern, Lausanne

1923



Die schöne Linie

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

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

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

HASLER AG • BERN

Telephon 64

1935

Zeichenstifte



von vorzüglicher Güte
in mässiger Preislage
finden Sie in unseren Marken:

„Pythagoras“
gelb poliert zu 20 Cts.

„Turicum“
naturpoliert zu 15 Cts.

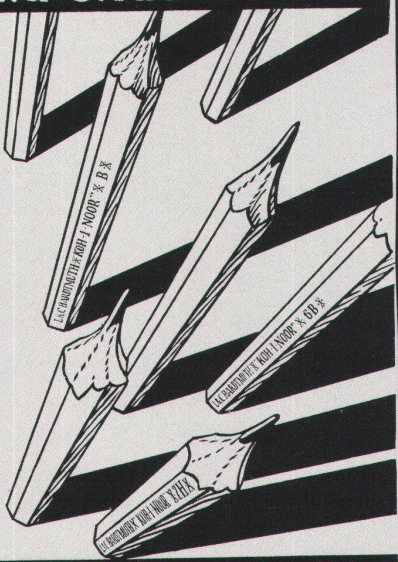
„Matterhorn“
grün poliert zu 10 Cts.

Bei Quantitäten Sonderpreise, Muster auf Verlangen

GEBRÜDER
SCHOLL
POSTSTRASSE 3 ZÜRICH


1917

L. & C. HARDTMUTH



KOH-I-NOOR


1930



Caran d'Ache
Blei- & Farbstifte
an Heimat

1944

Bau keis Hus ohni Telephon !



1940