

Objektyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Heimatschutz = Patrimoine**

Band (Jahr): **9 (1914)**

Heft 3: **Die Stadt Aarau**

PDF erstellt am: **26.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

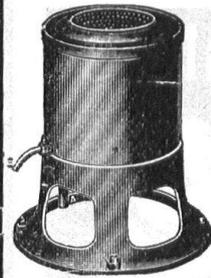
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

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 Inslebensreten 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-Reinhardtstr.



Einband-Decken

für die Zeitschrift

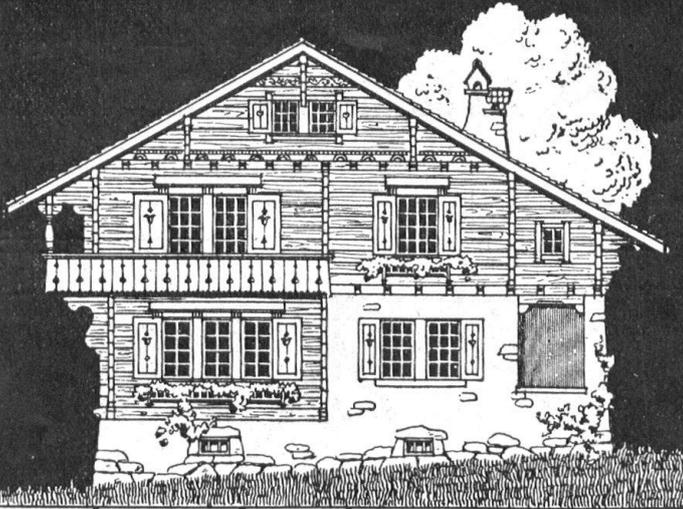
„Heimatschutz“

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

Heimatschutzverlag Benteli N. & G.

Bümpliz-Bern

Schweizer - Chalets



**IDYLISCHES EIGENHEIM • IM ECHTEN ALTEN
SCHWEIZER-BAUSTIL • MIT JEDEM MODERNEM
KOMFORT EINGERICHTET • IN EINFACHER BIS
FEINSTER AUSFÜHRUNG • ERSTELT NACH
EIGENEM KONSTRUKTIONSSYSTEM &
SPEZIAL-AUSSENWAND-ISOLIERUNG**

• + **PATENT Nr. 58159** •

**1a ISOLATION • SOLIDESTE BAUART
PROJEKTE, PHOTOGR. & 1a REFERENZEN ZUR VERFÜGUNG**

E. CASSERINI-MOSER

ARCHITEKT - KONSTRUKTEUR

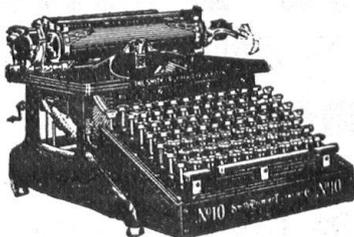
ST. KARLSTR. 6 **LUZERN** TELEPHON 1536

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 harmonisieren. Schräge Aufschriften stören die statische und architektonische Erscheinung eines Bauwerkes ungemessen, 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