Zeitschriftenschau

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Heimatschutz = Patrimoine**

Band (Jahr): **8 (1913)**

Heft 6: **Genève**

PDF erstellt am: **25.04.2024**

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.

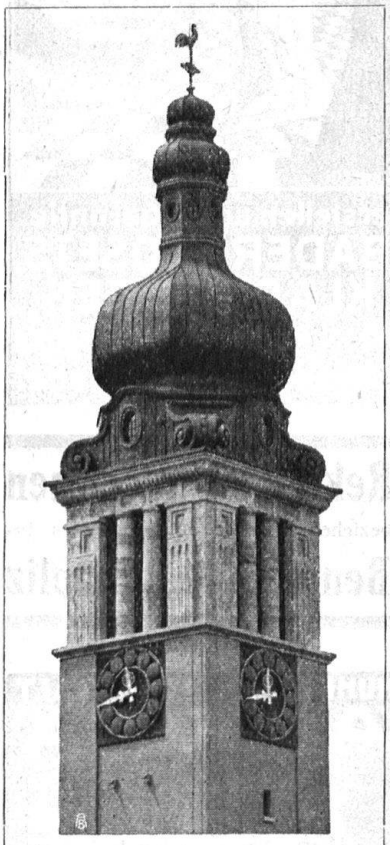
Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

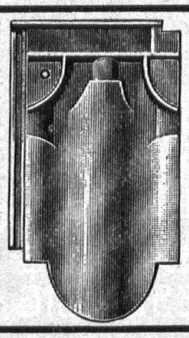
tion von 10—20 Prozent der Herstellungskosten zusichert, der durch Pflanzen von Hecken und buschreichen Zufluchtsstellen zum Schutze der Vögel beiträgt. N. Z. Z.

Zeitschriftenschau

Reklame in freier Natur. Jedermann ist der Kampf noch in guter Erinnerung, der gegen die sogenannte Reklamepest, d. h. gegen die Verschandelung der freien Natur durch aufdringliche Reklamen, mit grosser Energie geführt wurde. Wohl ist der Kampf mit vollem Erfolg geführt worden, so dass die hässlichen Plakate fast überall verschwunden sind, aber, nachdem nun einige Zeit verstrichen und die Polemik verstummt ist, reckt die Reklamehydra wieder langsam ihr Haupt aus ihrer Höhle hervor, und schon bemerkt derjenige, der sich viel in Eisenbahnen aufhalten muss, dass links und rechts von der Linie die Plakate gleichsam wieder aus dem Boden wachsen.

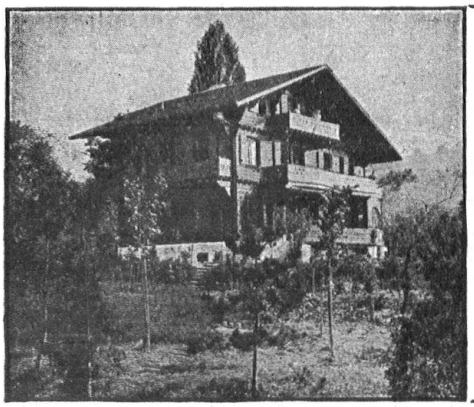


Sumiswalder Turmuhren-Fabrik von J. G. BAER
SUMISWALD (Bern).



Tonwarenfabrik Allschwil
Passavant-Iselin & Co., Basel
gegründet 1878.
Rot oder schwarz engobierte Ziegel
passen in jedes Landschaftsbild und geben ein schönes, ästhetisches und dauerhaftes Dach.

ZENTRALHEIZUNGEN
erstellen
MOERI & Cie Zentralheizungsfabrik
LUZERN.

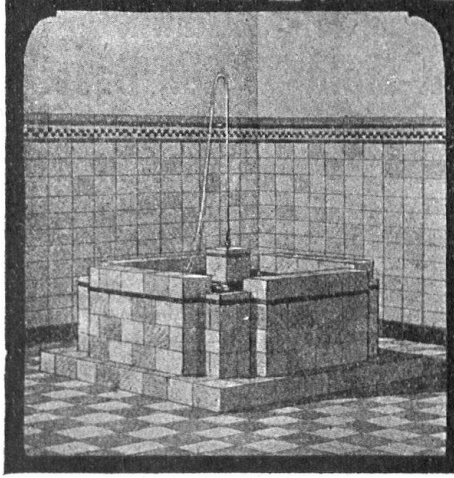


E. d'Okolski
ARCHITECTE
Rue Centrale 4
LAUSANNE
CHALETS ET MAISONS DE CAMPAGNE
PENSIONS - HOTELS
EXECUTION ARTISTIQUE

Die Vertreter der Industrie behaupten, sie hätten diese Reklame einfach nötig, und es schädige sie, wenn man ständig gegen sie deshalb losziehe. Diese kühne Behauptung wird schon durch die Tatsache allein widerlegt, dass nur ein verschwindend geringer Teil der Industrie sich dieser Reklameart bedient; nur ganz wenige spekulative Industrien verlegen sich auf diese sog. Aussenreklame.

Wie würde es draussen in Gottes freier Natur aussehen, wenn

SCHWEIZERISCHE
GLAS u. KERAMIKWERKE
AESCH B. BASEL



WAND u. BODENBELAG AUS KUNSTGLAS
ÄUSSERST HARTES MATERIAL
FROST u. SÄUREBESTÄNDIG
KEINE HAARRISSE
✠ 55514 ✠
MUSTER u. REFERENZEN ZU DIENSTEN

CARL FREI & Cie
RORSCHACH & WINTERTHUR

erstellen unter Garantie
BÄDER, CLOSETS, KLÄRANLAGEN,
Waschküchen-Einrichtungen
Verlangen Sie Kataloge.

Die Glasmalerei-Anstalt
Kirsch & Fleckner
Villars-Freiburg (Schweiz)
empfiehlt sich für alle in das Fach einschlagenden Arbeiten nach eigenen und gegebenen Entwürfen, bei kunstgerechter Ausführung zu mässigen Preisen
Spezialität:
Wappenscheiben
Restauration u. kopieren alter Glasgemälde

Reklamedrucksachen
beziehen Sie am vorteilhaftesten bei
Benteli A.-G., Bümpliz

HÜHNERZUCHTANSTALT
"ARGOVIA"

Hühner gesunde, beste Leger.
TRUTHÜHNER zum BRÜTEN
Bruteier Feinster Rassen
das berühmte ARGOVIA-FUTTER
sowie alle Gerätschaften liefert
PAUL STÄHELIN
AARAU

alle Industrien und Handelsfirmen ihre Waren in dieser auffälligen Weise rühmen wollten! Glücklicherweise wäre dies niemals möglich, denn die Entrüstung der Bevölkerung würde so gross werden, dass die ganze Plakatpest mit einem Schlage ausgerottet würde. Es ist deshalb sehr zu begrüssen und kann nicht hoch genug angeschlagen werden, dass es Firmen gibt, die nicht nur volles Verständnis für die Wünsche der Bevölkerung in dieser Richtung haben, sondern die auch tatkräftig vorgehen und durch Schaffung eines neuen, künstlerischen Reklamewesens neue Wege weisen und zugleich die Plakatpest bekämpfen.

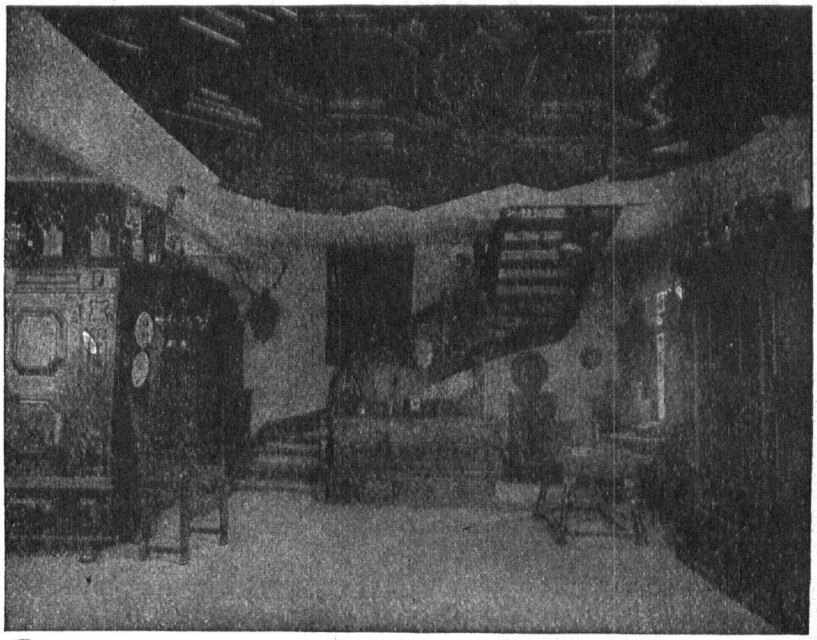
Die bekannte deutsche Kunstzeitschrift „Der Kunstwart" hat sich dieser Tage auch wieder mit dieser neuen diskreten Reklameart befasst, und was sie darüber schreibt, ist wohl wert, in weitere Kreise hineinzudringen. „Wir lassen uns, schreibt er, einfach von ein paar gerissenen Köpfen Dunst vormachen, wenn wir das Gerede von der Notwendigkeit der Aussenreklame für die Industrie ernst nehmen. Selbst unter denjenigen Industriellen, die weitausgedehnte Reklame treiben, gibt es viele, die grundsätzlich auf die Verschmutzung der Landschaft mit Brettergerüsten und Plakatgelärm verzichten, ja, die solches Gebaren auch aus Geschäftsgründen bekämpfen. Wir nennen heute drei Firmen, die sich zu solcher Auffassung ausdrücklich bekannt haben. Die bekannte Maggigesellschaft hat öffentlich erklärt, „dass wir von jeher grundsätzlicher Gegner jeder derartigen Natur- und Eisenbahnreklame gewesen sind und unsere Plakate ohne Ausnahme nur an oder in den einschlägigen Geschäften, wo unsere Erzeugnisse zu haben sind, anbringen lassen. Darum sind wir auch stets für die gleichlautende Forderung des Heimatschutzes bei allen sich bietenden Gelegenheiten eingetreten." Lingner in Dresden, der Erfinder und Hersteller des „Odols", schrieb dem Vorsteher der staatlichen Stelle für Naturschutz in Preussen, dem Geh. Reg.-Rat Dr. Conwentz: „Ich würde es niemals dulden, dass eines meiner Unternehmen sich einer derartigen Propaganda be-

Gipser- und Malergeschäft

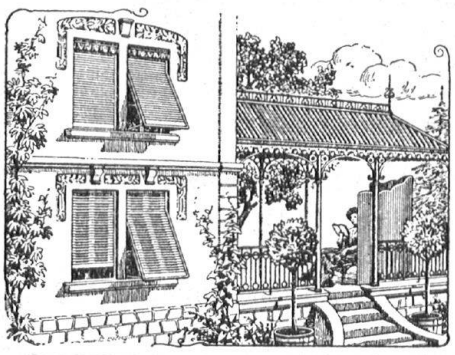
E. Kipfer Schwarztorstrasse 104 = Telephon 2204 = **Bern**

empfiehlt sich zur Uebernahme sämtlicher:

Innen- und Aussenanstriche, Dekorationen, Verputz- und Tapezierarbeiten, Firmenschilder- und Möbelmalerei ⧄⧄⧄⧄⧄⧄ Tapetenablage.



Dr. Erwin Rothenhäusler
Mels bei Sargans
Antiquitäten und Kunstsachen
Spezialität: Möbel



Rolladen-Fabrik
Carl Hartmann
Biel — Bienne

Stahlblech-Rolladen
Holz-Rolladen
Roll-Jalousien

Eiserne Schaufenster-Anlagen
Scheerentor-Gitter

diene. Herren, die sich bei mir Rat holten, habe ich stets auf die Reklame in Zeitungen und an beschränkten Platzzentren (Stadttafeln, Litfassäulen) hingewiesen". Die Firma A. Scherl in Berlin „vermeidet grundsätzlich eine Reklame in freier Natur, weil sie unschön ist". Da sowohl Maggi wie Lingner und Scherl in Reklamedingen Sterne erster Grösse sind, so beweisen sie unwiderleglich, dass es auch ohne Landschaftverderben geht. Vielleicht liesse sich die schweizerische Naturschutzkommission bewegen, dem im letzten Jahre neu geschaffenen Naturschutzinspektorat auch die dankbare Aufgabe zu überbinden, alle Verschandelungen der Natur durch auffällige Reklamen, die er auf seinen Inspektionsreisen wahrnimmt, dem Bureau zur Kenntnis zu bringen. Nur auf diese Weise wird es möglich sein, der neu auftauchenden Plakatpest den Garaus zu machen. Den Firmen aber, die Reklame wünschen und brauchen, seien die obigen Winke des „Kunstwart" empfohlen.

(Luzerner Tages-Anzeiger).

liefert in tadelloser Ausführung unter Garantie ihr bewährtes Fabrikat vom
einfachsten Riemen bis zum reichsten Salondessin in allen Holzarten.
Spezialitäten: MODERNE DESSINS
ASPHALTPARQUETS

Institut Minerva
Zürich
Rasche und gründl. Vorbereitung auf die
Maturität

WISSEN·UND LEBEN
Moderne Halbmonatsschrift für schweizer. Kultur
PREIS: jährlich Fr. 12.—
PROBE-NUMMERN GRATIS
Redaktion und Sekretariat: Zürich, Sihlhofstr. 27

Reinger's Magentropfen
aus bestbewährten
Kneipp'schen Heilkräutern.
Vorzügliches Hausmittel bei **Unbehagen und Uebelkeit, Magenbeschwerden, Magendrücken, Blähungen, Aufstossen, Sodbrennen, schlechter, mühsamer Verdauung** usw. Von Aerzten empfohlen.
Preis pro Fläschchen Fr. 1.—, erhältlich nur in Apotheken.
F. Reinger-Bruder, Basel 7.

Reise-Andenken. Ein Programm und ein Aufruf. (Vergl. die *Wettbewerb*-Notiz im Maiheft.) Wenn man sich an der Herrlichkeit unseres Hochgebirges, unserer Seen erlabt, die bauliche Kultur unserer Städte genossen hat und ein Andenken an Gegend und Ort mitnehmen will, so bieten uns Läden, die sich diesem Geschäft widmen, eine Auswahl von Gegenständen, die eigens zu diesem Zwecke verfertigt sind. Sie sind von der Gattung der Nippsachen, von vollkommener Nutzlosigkeit, die eine süssliche Niedlichkeit zu übertünchen sich bemüht. Ihre Beziehung zum Ort wird oft nur durch ein aufgedrucktes Bildchen oder den blossen Namen hergestellt, mit einem andern Bild oder Namen sind sie haargenau gleich tausend Meilen weiter auch zu haben. Sind es Erzeugnisse heimatlichen Fleisses, so betonen sie es noch besonders durch aufdringliche Edelweiss-Ornamente, durch den holzgeschnitzten Bär, der zu den gewagtesten Zwecken vergewaltigt wird. Grellbunte Ansichtskarten erdrücken die saubern, ehrlichen Lichtdruckkarten, und Miniaturbildchen, in einem Leporello-Album vereinigt, machen aus der landschaftlichen Schönheit der Gegend ein ungeniessbares Ragout. Hie und da findet der Mann von Geschmack ein hübsches Stück, aber die Masse der ausgelegten Gegenstände ist von dem Aufschwung des modernen Kunstgewerbes, von dem verfeinerten Gefühl in Geschmacksdingen noch unberührt geblieben.

Woran fehlt es? Was in den Bazaren gekauft wird, ist vielfach nicht so sehr darauf berechnet, vom Käufer als Andenken behalten, sondern vielmehr weiterverschenkt zu werden. Zu diesem Zweck muss es billig sein und möglichst viel herzeigen. Der Merkspruch dieser Sorte von Gegenständen ist der bekannte Vers:

Zum Zeichen, dass ich Dein gedacht,
Hab' ich Dir dieses mitgebracht.

Nun ist nicht einzusehen, warum zwischen

OLD INDIA, LAUSANNE

Galerie St-François, en face l'Hôtel de la Banque cantonale vaudoise

Grand
Tea-Room, Restaurant

Grands salons au 1er
250 places — Balcons

Déjeuners et Dîners à prix fixe et à la carte
Luncheons

Restauration soignée
Prix modérés

Confiserie, Pâtisserie, Thés, Rafraîchissements, Vins, Bières, Liqueurs, etc.

Grand Magasin de vente: Articles de luxe pour cadeaux, boîtes fantaisie, etc., etc.
Grand choix de Cakes anglais ——— Thés renommés ——— Expéditions pour tous pays.

Stehle & Gutknecht, Basel
Basler Zentralheizungs-Fabrik

empfiehlt sich zur Herstellung von Zentralheizungen aller Systeme!

Geschenkgegenständen und solchen, die man für sich selbst erwählt, ein Unterschied in der Qualität bestehen muss. Es sei aber hier an den eigentlichen Andenken festgehalten, denn eben diejenigen, die zur eigenen Freude etwas Gediegenes zu kaufen wünschen, werden in den Bazaren nicht befriedigt.

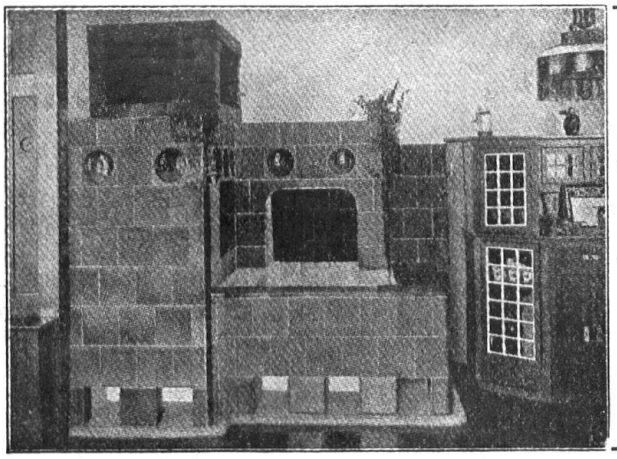
Für den Vertrieb an die Masse der Reisenden hat sich auch eine Massenherstellung bestimmter Arten von Gegenständen herausgebildet, die vor allem bequem ist, bequem für die Herstellung und bequem für den Vertrieb. Sie leistet der Gedankenlosigkeit auf beiden Seiten Vorschub, und eben diese Gedankenlosigkeit gilt es zu bekämpfen. Es ist nicht wahr, dass das Publikum nur nach geschmacklosen Massenerzeugnissen verlangt. Tut es das, so handelt es unter dem Einfluss der Suggestion, indem es das Vorhandene als gegeben nimmt. Man kann auch nicht von ihm verlangen, dass es sich den Kopf darüber zerbreche, ob etwas Besseres auch nur denkbar wäre, aber Tatsache ist, dass es für schöne, gediegene Neuheiten empfänglich ist. Hier fürchtet allerdings mancher Verkäufer, dass das Schöne, Neue, die Verkäuflichkeit des Alten beeinträchtigt und den glatten Gang des Geschäftes stört. Aber wer wollte so kurzsichtig sein, sich hierdurch die Belebung des Geschäftes in Reise-Andenken selbst zu verstellen?

Woher kann Abhülfe kommen? Wer sich die Mühe gibt, unsere angesehenen Ladengeschäfte zu besuchen, findet hier genügend Gegenstände der verschiedensten Art, die, ohne teuer zu sein, zehnmal wertvoller sind, als die Bazarware. Er findet gediegene Photographien und Bücher, gute Ansichtskarten, Töpfereien Holzwaren, Stickereien und vieles andere mehr. Nur findet er sie selten an einem Ort vereinigt und nicht immer als Reise-Andenken gekennzeichnet, was mehr der minderen Gattung von Waren vorbehalten ist.

Zuweilen sind es Gegenstände, die gar nicht mit der Absicht hergestellt und verkauft werden, als Reise-Andenken zu dienen, zuweilen auch ausgesprochene Andenken. Jedenfalls sind Ansätze vorhanden, die sich weiter entwickeln lassen.

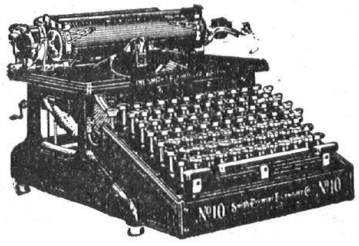
Worauf kommt es an? Es gilt nicht für Reiseandenken allein: sie sollen *Freude* bereiten, nicht die kurze, falsche Freude der zerbrechlichen Wertlosigkeit, sondern dauernde Freude.

An sich unterscheidet nichts das Reise-Andenken



Ofenfabrik
Wannenmacher A.-G., Biel
Oefen, Kamine, Wandbrunnen,
Wandverkleidungen
Moderne Ausführung
Erstklassige Arbeit
Kataloge zu Diensten

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

von einem zweckmässigen, schönen Gebrauchs- oder Schmuckgegenstand. Die Bedingungen des guten und echten Materials, der Haltbarkeit, der geschmackvollen Form gelten hier so gut wie für jedes andere Erzeugnis des Gewerbes oder der Industrie.

Darüber hinaus muss gesucht und betont werden, was das Reiseandenken als solches kennzeichnet. Es ist die *Beziehung zum Orte*, an dem es verkauft wird und an den es den Verkäufer erinnern soll.

Die Beziehung kann in der *Art* des Gegenstandes liegen, der dem Ort eigentümlich ist, wie etwa die Kuhglocke oder der Bergstock den Alpen. Am Luganersee pflegen die Einheimischen den Chianti aus kleinen Steingutschalen zu trinken, die kaum als Reise-Andenken käuflich sind, wer aber daraus getrunken hat, dem sind sie eins.

Die Beziehung kann ferner im *Material* liegen, wie einzelne Gegenden Tonwaren erzeugen, andere Holzwaren. Für die eine Gegend ist das schöne Arvenholz charakteristisch, für die andere eine bestimmte Gesteinsart.

Schliesslich kann die Beziehung in der *Form* liegen, entweder in der eigenen Form des Gegenstandes oder in bestimmten überlieferten oder von einzelnen künstlerischen Persönlichkeiten getragenen Schmuckformen.

Wenn irgendwo, so ist hier die Forderung der *Bodenständigkeit* in Form und Arbeit angebracht. Mit dieser steht und fällt das Reise-Andenken als solches. Was im übrigen ein Reise-Andenken ist, lässt sich ungefähr in die Formel, dass es keine besonderen Massnahmen zu seiner Beförderung erheischt und sich in mässigen Preisgrenzen bewegt, fassen. Das Gebiet ist unendlich viel weiter, als die Auswahl in Bazarartikeln ahnen lässt, und umspannt neben Holzschnitzereien, Postkarten und Bildern, Stickereien auch Metallarbeiten, Glasscheiben, bodenständige Hafnerartikel, Spitzen, Schmucksachen und Goldschmiedearbeiten, Spielzeug, Intarsien und vieles andere, Gegenstände der Massenfabrikation sowohl wie einer hochentwickelten hauswerklichen Technik. Es wird umso weiter, je mehr brauchbare Gegenstände an die Stelle der zwecklosen Nippsachen treten.

Diese Kleinigkeiten besitzen aber häufig etwas, was das Publikum einen Moment lang stutzig macht und den Wunsch nach „haben mögen" erweckt. Es ist ein kindlicher Wunsch, der, wie dieser, mit der Erfüllung nicht nur aufhört, sondern womöglich ins Gegenteil umschlägt. Es gibt uns aber einen Fingerzeig, was auch bei gediegenen Reise-Andenken zu beachten ist. Sie sollen begehrenswert erscheinen, aber nicht im Augenblick des Kaufes wertlos werden.

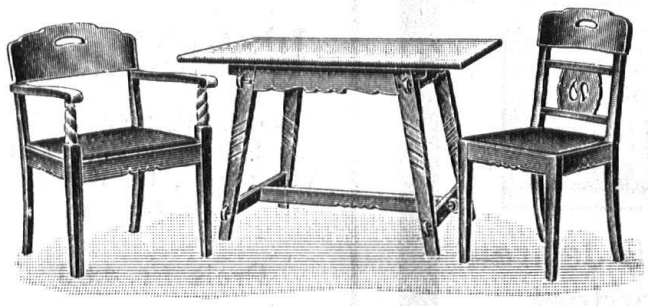
Darauf kommt es jedoch *nicht* an, dass der Gegenstand eine Kostbarkeit ist, oder einen hohen Kunstwert besitzt. Der billigste Massenartikel

Kuoni & Co., Chur

Baugeschäft und Chaletfabrik

Spezialität
dekorativer Holzbauten

Erste Referenzen



Emil Baumann

Möbelfabrik

Horgen

Telegr. Sesselbaumann. Telephon 106

Spezialitäten: Komplette Bestuhlungen von **Restaurants** von **Hotels** von **Theatern**

Konkurrenzlose Preise bei grösster Leistungsfähigkeit

gestattet die Anwendung von Geschmack und Materialechtheit. Die Versuche, das Schnitzlergewerbe künstlerisch zu beleben, sind nicht zum wenigsten darum auf Schwierigkeiten gestossen, weil die Schaffung reiner Kunstwerke angestrebt wurde, mit denen niemand etwas anzufangen wusste, er sei denn Kunstsammler oder Museumsdirektor.

Ideales Frühstücks-Getränk
für Gesunde und Kranke

Ovomaltine

Wohlschmeckende Kraftnahrung

Kein Kochen
Denkbar einfachste Zubereitung
auf jedem Frühstückstische

In allen Apotheken und Droguerien. Preis Fr. 1.75 und 3.25

Dr. Wander's Malzextrakte

Werden seit mehr als 45 Jahren
von den Aerzten verordnet

In allen Apotheken

Fabrik diätetischer Präparate Dr. A. WANDER A.-G., Bern

Einfache Schweizerische Wohnhäuser

Aus dem Wettbewerb der :::: Schweizerischen :::: Vereinigung für Heimatschutz. —

Preis Fr. 4.80

Zu beziehen durch den

Heimatschutz-Verlag Benteli A.-G. Bümpliz