

Objektyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Heimatschutz = Patrimoine**

Band (Jahr): **1 (1905-1906)**

Heft 6

PDF erstellt am: **22.07.2024**

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>

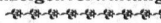
INSERATEN-ANHANG ANNEXE D'ANNONCES

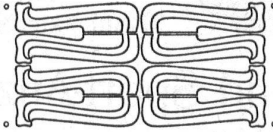
ZUM - AU

Zeitschrift der «Schweizer.
Vereinigung für Heimat-
schutz»  

HEIMATSCHUTZ

Bulletin de la «Ligue pour
la conservation de la Suisse
pittoresque»  

Die Zeitschrift „Heimatschutz“ erscheint regelmässig
Mitte jeden Monates; der Anzeigenpreis beträgt für die
4-gespaltene Nonpareille-Zeile 30 Rappen, bei Wieder-
holungen tritt Ermässigung ein. — Anzeigenverwaltung,
Druck und Verlag A. Benteli, Bern. 



Le „Bulletin de la Ligue pour la conservation de la Suisse
pittoresque“ paraît régulièrement au milieu de chaque
mois. Prix d'insertion: 30 cts. la ligne nonpareille de
4 colonnes; pour les annonces répétées prix à convenir.
Régie des annonces et édition Impr. A. Benteli, Berne.

Heft 6 • 15. Oktober • 1906

BERN

HOTEL GARNI BUBENBERG BEIM BAHNHOF

Lift. Elektrisches Licht. Zentralheizung. Ganz neu eingerichtet. Zimmer von Fr. 2.50 an.

Im Parterre grösstes und elegantestes Café-Restaurant Berns

(D 4)

E. Forster-Nydegger.

Gravier- und Prägeanstalt P. Rössler, Bern

Medaillen Wallgasse 4 Abzeichen
Bier- und Kontrollmarken.

Seidenstoffe, Foulards

Stickerei-Roben und Blusen auf Batist, Seide etc.
Kataloge franko. Seidenstoff-Fabrik Union Muster franko.

Adolf Grieder & Cie., Zürich. (D 25)

Elektr. Lichtpausanstalt Alf. Baehler, Zeichner, Basel · Gasstrasse 33 Billigste Bezugsquelle bei wirklich
feliographieren auch über Nacht  Nach auswärts postwendend  2,65 m lang x 1,20 m breit an einem Stück  Papiere Fr. 1.75 bis 2.50;
 Negativ Fr. 1.50 bis 2. — per m²  Bei Bestellungen von 50 m² 25 Cts. Rabatt per m²  Muster umgehend 

**Widemanns
Handels-Schule**
gegründet 1876

Rein kaufmännische Fachschule mit halbjährlichen und jährlichen
Kursen. Gründlicher Unterricht in allen Handelsfächern
und den modernen Sprachen. D 57
Die Schüleraufnahme findet das ganze Jahr hindurch, namentlich
aber im April und Oktober statt.
Prospectus gratis und franko. Ausgezeichnete Referenzen.

**Basel
Kohlenberg**
13

Centralheizungsfabrik

empfiehlt sich zur
Erstellung von
Zentralheizungen
aller Systeme;
Wäschereien,
Tröcknereien, Bade-
Einrichtungen

Bern, A.-G.

vormals J. RUEF

Fabrik: STATION OSTERMUNDIGEN

empfiehlt sich zur
Erstellung von
Desinfektions-
Apparaten, (D 28)
Giesserei, Kupfer-
und Kessel-
schmiedearbeiten

Die Zeitschriftenschau beginnt auf Seite 2
des Inseraten-Anhangs.
La revue des publications commence à la
deuxième page de l'annexe de la publicité.

**ZEITSCHRIFTEN-
SCHAU**

Reklamepest in Flurlingen. Dem «Schaffh. Tagbl.» wird geschrieben: «Wie man mit einem Schläge ein ganzes Landschaftsbild schänden kann, das haben nun die Flurlinger glücklich herausgefunden. An einem Gartenhag unten am Rhein prangt blau und gelb ein Plakat: „Chokolat Klaus“. Das passt in die Gegend wie die Faust aufs Auge. (Vergl. unsere Abbildung Seite 43.) Bisher bot das idyllisch gelegene Dörfchen von der Neuhauser Seite her ein sehr anmutiges Bild mit einer für das Auge wohlthuenden Ruhe. Jetzt ist ein hässlicher, störender Klecks im Gemälde, ein öffentliches Ärgernis. Ich habe mich schon über das Erdbeer-Konfitüren-Plakat an der alten Stadtmauer geärgert, das einem so aufdringlich entgegenleuchtet, wenn man von der Hochstrasse durch die Unterführung kommt; denn dazu ist die Mauer am Schwabentorturm eigentlich nicht gebaut worden; aber das Flurlinger Plakat übertrifft alles. Und dazu soll nun ein Einzeler berechtigt sein, weil er einen weithin sichtbaren Gartenhag oder eine Mauer hat? Abhilfe wäre leicht: wir machen es uns zur Pflicht, in keinem Geschäfte etwas zu kaufen, das in so unästhetischer, rücksichtsloser Weise Reklame macht, dass dadurch die ganze Gegend verunstaltet wird. Wir wenden uns auch an die Eigentümer der Liegenschaften, die den Platz für die Plakate verpachten. Sie mögen bedenken, dass die Schönheit einer Gegend ein Gemeingut ist für die Einheimischen und die Fremden, die deshalb hierhergekommen; ein Einzeler darf nicht rücksichtslos das ganze Gelände verunzieren.“ Die Firma Klaus wird entgegen: „Wenn wir's nicht gemacht hätten, hätte es eine andere Firma gemacht.“ Gut! Dann wären auch dieser Firma die berechtigten Angriffe der Presse nicht erspart geblieben. Zudem ist zu hoffen, dass es in Bälde überhaupt unmöglich sein wird, Landschaftsbilder derart zu verunzeln. Diese Sorte Reklame schadet Ihrer Schokolade, Herr Klaus!

(Neues Winterthurer Tagblatt.)

Gegen die Blechtafelreklame. Im «Bund» fordert der Deutsche Dr. Saager die Schweizer auf, Schokoladenfirmen, die in Blechtafelreklame machen, zu boykottieren und ebenso die Berggipfelbahnen, und damit die schöne Natur zu befreien von der Verhuzung und Entweihung. Der Unterstützung des deutschen und des französischen Publikums dürfe man sicher sein. Es soll nicht weiter heissen dürfen, dass wer Geld habe, die schöne Schweizernatur verschandeln dürfe. Es soll Lügen gestraft werden das böse Wort: «Pas d'argent, pas de Suisse!» (frei übersetzt: «Ohne Geld gibt der Schweizer nichts, aber für Geld alles.»)

(Der Freie Rätier.)

Schokolade - Reklamen. Die «Schweizerische Wirtzeitung» befasst sich mit den hässlichen Riesenreklamen einiger Schokoladenfabriken und kommt dabei zu folgendem Schluss: «Wir Schweizer Wirte haben an der aufgeworfenen Frage kein grosses geschäftliches Interesse. Aber wir gehen nicht im Geschäfte auf; wir lassen unser unvergleichlich schönes Vaterland nicht gerne entweihen und darum wollen auch wir Hand bieten, dem Unfug zu steuern. Wir beantragen deshalb, der Schweizerische Wirteverein möchte womöglich gemeinsam mit dem Schweizerischen Hotelierverein alle jene Firmen boykottieren, die sich am Reklame-Unfug beteiligen.»

(Zürcher Post.)



Englische und schottische
Nouveautés
J. DIEBOLD Fils
Tailleurs
Bahnhofstr. 82, ZÜRICH

Jagd- und Sport-Anzüge

Breeches Livrée
Offiziers-Uniformen
D 82
2 goldene Medaillen
und Ehrendiplom



H. Cips Wwe, Zürich I Löwenstrasse=
Möbelfabrik * Tapissiererie Gerbergasse 7/9
Zum
... Dornröschen ...

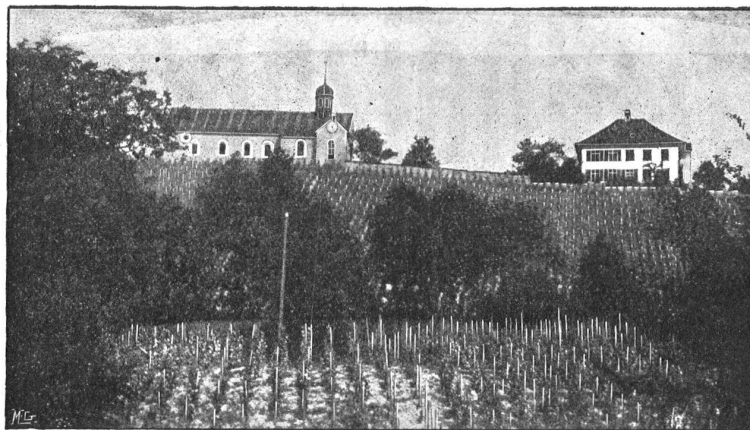
Reichhaltige Ausstellung modernster Musterzimmer in allen
Preislagen. — Telephon: Zürich 5990 • Altstetten 5991
Zweiggeschäft in Altstetten — Badenerstrasse 493 — Zum Mon Bijou
... Ehrendiplom Zürich 1894 ... D 74

Hans Rival

D 73

ist der vorteilhafteste Stiefel für Herren und Damen,
verblüffend durch Gediegenheit und Billigkeit. In
den verschiedensten Ausführungen auf Lager zum
Einheitspreis von Fr. 19.— im Alleinverkauf bei

F. Beurer, zum Hans Sachs, Zürich,
20 Theaterstrasse 20.



Weinhandlung Fischer, Vassali & Mauch
Telephon 849 Kramgasse 61 — Bern — Kestlergasse 24 Telephon 849

Spezialität in feinen Schweizerweinen, wie Waadtländer, Neuenburger,
Schaffhauser und Walliser der besten Jahrgänge, offen und in Flaschen.

Reklamepest in Melide. Unter dieser Bezeichnung wurde ein Vorgehen bekannt, das überall rasch Anhänger findet. Am schönen Luganer See scheint man dafür noch lange nicht das richtige Verständnis zu besitzen. Als sich letzter Tage unser Schiff den Bogenöffnungen bei Melide näherte, mussten wir zu unserem nicht geringen Bedauern konstatieren, dass auch dieses bekannte Bauwerk, der Steindamm, der die beiden Seerufer verbindet, der Reklamepest verfiel. Gerade bei der engen Durchfahrt, auf welche sich schon von weitem die Blicke der Reisenden richten, steht frech *Acqua umbra nocera* usw. Die Reklame nimmt die ganze Höhe des Damms ein. Neben an befindet sich ein grosses Gerüst und auf ihm arbeiten bereits Maler an einer weiteren interessanten Mitteilung. So es wohl fortgehen, bis der über 800 Meter lange Damm, der einen Abschluss, und zwar einen in die Natur hinein passenden Abschluss der Seehälften bildet, entsprechend dekoriert ist. Wenn sich ein Privater aus finanziellen Gründen entschliesst, Reklametafeln auf eigenem Grund und Boden aufzustellen, so kann man das allenfalls noch begreifen, resp. entschuldigen, hier aber handelt es sich um eine Naturverhuzung im weiteren Sinne

Ihr Mütter!

Duldet nicht, dass eure Kinder den schädlichen Kaffee trinken, sondern gebt ihnen zum Frühstück den nahrhaften und wohlschmeckenden

GALACTINA
Hafer-Milch-Cacao

D 98



MESSIRE,
Oyez nouvelle que je vous mande: toujours chez moi vous trouverez moult meubles très merveilleux et objets d'art de toute perfection.

Or, à loisir et chaque jour librement on les peut veoir.

Volontiers, Messire, j'acheterois et échangerois tous objets précieux d'antan ou meubles d'aujourd'hui.

S'il advenait que passiez céans, qu'il vous plaise avoir souvenance de mon nom et ne faire grand honneur de visiter les curiosités de ma boutique.

Votre très humble serviteur, D 70

E. Guhl, Antiquaire.
Magasin: 21, Quai Perdonnet, **Vevey, Domitille:** 12, Rue Simplon.

