

Zeitschrift: Heimatschutz = Patrimoine
Herausgeber: Schweizer Heimatschutz
Band: 30 (1935)
Heft: 3

Vereinsnachrichten: Sitzung des Zentralvorstandes mit Obmännerkonferenz vom 4. Mai

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 04.05.2025

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

Es sind also zwei Dinge zu beachten: eine Reklame ist einmal unzulässig, wenn sie den Fahrer verwirren kann, und ferner, wenn sie die Schönheit der Landschaft stört, und dabei braucht es sich gar nicht um „berühmte“ Landschaften und Ausichten zu handeln, sondern bloss um die schlichten Reize eines Waldrandes oder eines Dorfbildes. Im ersten Fall sind Automobil-Klub und Touring-Klub zur Klage berechtigt, im zweiten Fall der Heimatschutz. *Am meisten Erfolg wird zu verzeichnen sein, wenn sich die Organisationen der Kraftwagenbesitzer mit der örtlichen Sektion des Heimatschutzes zusammentun*, um nach und nach alle unerfreulichen Reklamen längs der Strassen beseitigen zu lassen. Bei straffem Vorgehen kann der Erfolg nicht ausbleiben.

Die Eingaben sind an die kantonalen Regierungen zu richten, zuhanden der für den Strassenverkehr zuständigen Behörden. Wir betonen nochmals, dass diese Reinigung unserer Landschaft von der Reklame, die nicht bloss durch störende Formen und Farben die Harmonie der Natur zerreisst, sondern auch die Gedanken eines eigennützigen Geschäftsgeistes in sie hineinträgt, eine der wesentlichsten Aufgaben des Heimatschutzes ist. A. B.

Sitzung des Zentralvorstandes mit Obmännerkonferenz vom 4. Mai.

Die **Jahresversammlung** wird auf den 6. und 7. Juni festgelegt; Delegiertenversammlung in Heiden mit Vortrag über Fremdenverkehr und Heimatschutz; Hauptversammlung in Trogen mit Vortrag über die Paläste der Zellweger. Programm im nächsten Heft.

Als Ersatz für zwei Mitglieder des Vorstandes werden der Hauptversammlung vorgeschlagen: Bächtold, Obmann von Schaffhausen, und Fatio, Obmann von Genf.

Im Winzerdorf Effingen steht die letzte grosse **Baumtrotte** des Kantons Aargau. Der viele Jahrhunderte alte eichene Trottbäum hat einen Inhalt von 16 Kubikmetern. Der Besitzer überlässt dieses wertvolle Denkmal alter Technik dem aargauischen Museum für Natur- und Heimatkunde, wo es im Freien aufgestellt werden soll; der Transport stellt sich aber auf 2000 Fr., wozu der Heimatschutz einen Beitrag von 200 Fr. bewilligt.

Die Anregung, an Mittelschulen, Seminarien, Techniken, in Studentenverbindungen und in den Gemeinden **Jugendgruppen des Heimatschutzes** zu gründen, wird begeistert aufgenommen; wir bitten namentlich die **Pfarrer und Lehrer unter unseren Mitgliedern**, in dieser Richtung zu wirken.

Auf Vorschlag der Sektion St. Gallen wird beschlossen, einen **Werbeausschuss** und einen **Finanzausschuss** aufzustellen. Die **Obmännerkonferenz**, die bisher freiwillig war, soll in den Statuten verankert werden. Die Sektionen werden gebeten, jährlich kurze **Tätigkeitsberichte an die Zeitschrift** zu senden, wobei jeder Erfolg und alles, woraus die andern etwas lernen könnten, zu erwähnen wäre. Die **Umfrage über Reklameunfug** in den Kantonen soll weiter ausgebaut werden mit Angaben, welche Verfahren am meisten Erfolg versprechen. Weiter werden die Sektionen gebeten, die **Bauvorschriften** der Kantone und Gemeinden zu sammeln, damit wir auf die künftige Baugesetzgebung Einfluss gewinnen können.

Um die Einbussen an Mitgliedern, die immer beim Jahreswechsel und erst recht in Krisenjahren sich einstellen, wett zu machen, wird in den nächsten Monaten eine **planvolle Werbetätigkeit** durchgeführt. Verglichen mit deutschen Vereinigungen, wo die Krise viel schlimmer ist, haben wir **beschämend wenig Mitglieder**. Jedes Mitglied sollte uns zum wenigsten ein anderes zuführen, aber unbedingt an seine Sektion oder an die Geschäftsstelle eine **Liste von Personen** einsenden, die wir bei unserer Werbung berücksichtigen können.