

Zeitschrift: Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art
Band: 23 (1936)
Heft: 6

Sonstiges

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

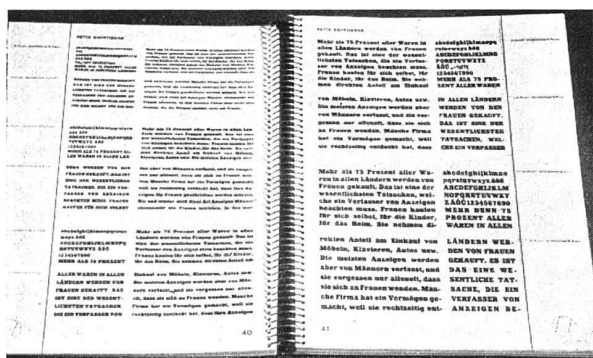
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.04.2025

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



Ein vorbildlich ausgestatteter Schriftenkatalog: das neue Schriftenbuch der Firma Gebrüder Fretz A. G., Zürich



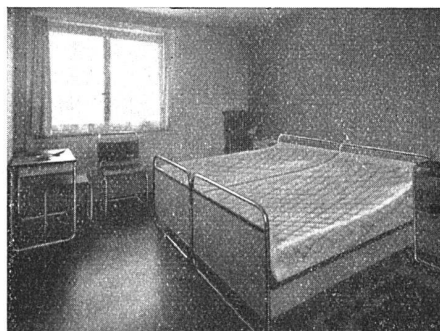
In diesem Zusammenhang sei nachgetragen, dass die im Februarheft des «Werk» Seite XIII besprochene und hinsichtlich ihres Inhaltes wie auch hinsichtlich ihrer Illustration und drucktechnischen Ausstattung schlechthin mustergültige Festschrift «100 Jahre Heberlein» der Firma Heberlein & Co. A.G. SWB, Wattwil, im Art. Institut Orell Füssli, Zürich, hergestellt wurde.

G. Behre: Schrift, Farbe, Form in der Reklamegestaltung

mit 122 Abbildungen und 4 Tafeln. 1936. Verlag Georg D. W. Callwey, München. In Ganzleinen 7.80 RM.

Das 120 Kunstdruckseiten umfassende, gut präsentierende Werk, das als Wegweiser für Reklamemaler, Graphiker und Werbeleute gedacht und das textlich klar und einleuchtend formuliert ist, hinterlässt, wie alles Dogmatische, was über Reklame geschrieben wird, doch ein Gefühl des Missbehagens. Jede Aufstellung, jedes Festlegen von «Gesetzen» und «Normen» steht der natürlichen Entwicklung der Werbeformen eher im Weg, als dass es sie fördert. Für diejenigen, die selber gestaltend mitwirken an dieser Entwicklung, die sich gerade darin ausdrückt, dass sie sich stets und bedingterweise ändert, ist das Buch nicht geschrieben. Für die an-

Biola Stahlmöbel



Bigler, Spichiger & Cie. A.G. Biglen (Bern)