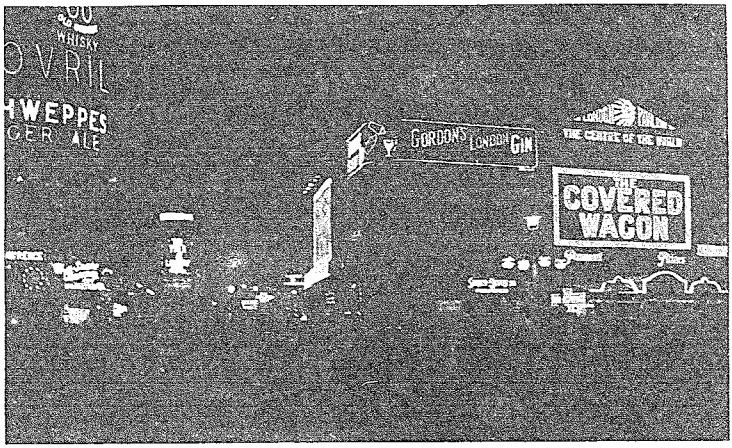
Ostdeutsche Bau-Zeitung

26. Jahrgang | Breslau, den 5. Dezember 1928 | Nummer 97



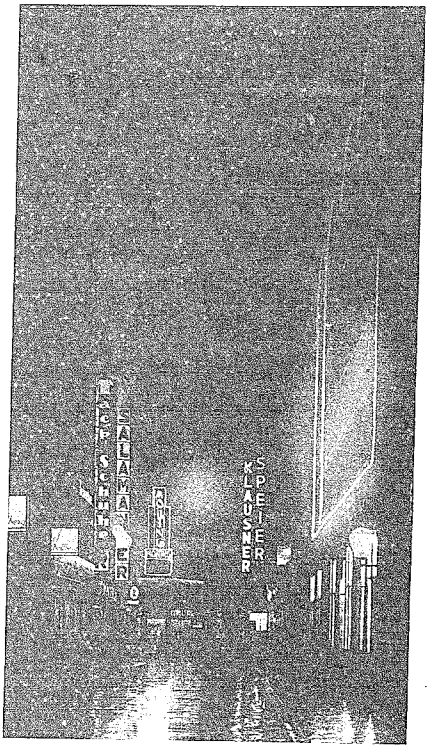
London, Picadilly-Circus. Wohl alle Großstädte zeigen an ihren Verkehrszentren Lichteffekte dieser Art. Trotz der aufgewendeten oft sehr großen Mittel haftet ihnen ein kleinstädtisch anmutender jahrmarktähnlicher Charakter an. Irgendwelche Rücksichtnahme auf die Wirkung des der Allgemeinheit gehörenden Straßenraumes fehlt. Jede Reklame gebärdet sich wie der billige Jakob auf dem Jahrmarkt.

Vorschlag des Verfassers für die Ausgestaltung einer großstädtischen Geschäftsstraße im Sinne der Bereicherung des Stadtbildes durch künstlerisch gebundene Reklame für wirtschaftliche Zwecke. Die provisorische Durchführung dieses Vorschlages ist für die Veranstaltung „Hamburg im Weihnachtslicht" vom 8. bis 16. Dezember ds. Js. geplant.

Das Problem der gebundenen großstädtischen Lichtreklame

Von Oberbaurat Dr.-Ing. Hellweg, Hamburg.

Sehen wir uns eine großstädtische Geschäftsstraße an, so finden wir einen Wirrwarr von Reklamen verschiedenster Art. Ich brauche



Hannover. Die Auswahl und Anordnung der Reklamen läßt keine einheitliche Idee für die künstlerische Bereicherung der Straße durch Reklame erkennen. Es ist eine Zufallserscheinung

den Eindruck solcher Straßen nicht weiter zu schildern und auch nicht auf die Ursachen dieser Verwilderung näher einzugehen, da das Aussehen solcher Straßen jeder kennt und da jeder weiß, daß es seinen Grund in dem Bestreben des einzelnen Geschäftsmannes hat, gerade sein Geschäft möglichst auffallend durch Reklamezeichen vor den benachbarten Geschäften hervorzuheben.

Dieses Bestreben, möglichst durch Reklame aufzufallen, ist im ganzen bei allen Geschäftsleuten dasselbe. Wäre auch das finanzielle Können überall dasselbe, so würden jedenfalls sehr viele Geschäftsleute der Ansicht sein, daß es keinen Zweck hat, große Mittel für Reklame aufzuwenden, wenn der Nachbar das gleiche tut, da die gewollte, von der Reklame des Nachbarn abweichende Reklamewirkung ausbleiben würde.

Nehmen wir aber einmal an, es hätten die einzelnen Geschäftsleute diese Ansicht nicht, wären aber gleich kapitalkräftig und reklamehungrig, so kann kein Zweifel sein, daß eine solche mit Reklamen versehene Straße einen sehr starken Reklameeindruck machen würde, einen Reklameeindruck, unter dem der Architektureindruck vollständig zurücktreten würde.

Ja, es würde ein Reklameeindruck entstehen, der als Ganzes genommen, durch die Fülle der Reklamen einer gewissen farbigen Großartigkeit nicht entbehren und zweifellos dadurch auf die Passanten anziehend wirken würde, wie wir das ja alljährlich auf der Leipziger Messe erleben und aus New York kennen.

Das Anziehungsmoment würde also nicht in der Wirkung der einzelnen Reklame zu suchen sein, sondern in der Wirkung des Gesamteindrucks aller Reklamen.

Wie steht es nun aber in der Tat? Es steht so, daß keineswegs alle Geschäftsleute in der Lage sind, die ihnen erwünschte Reklame zu machen, sondern daß sie versuchen müssen, sich gegen den stärkeren Bruder irgendwie zu behaupten.

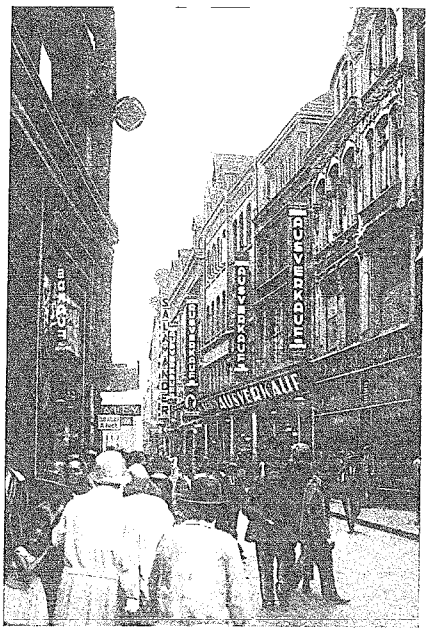
Der sichtbare Erfolg ist aber das uns allen bekannte Bild großstädtischer Geschäftsstraßen mit dem kleinstädtisch anmutenden jahrmarktähnlichen Charakter.

Ein solches Straßenbild mag vielleicht für den vorübergehenden Kleinstädter im Augenblick fesselnd sein und von ihm als großstädtisch angesehen werden.

Auch auf den Großstädter wird ein solcher Reklameeindruck hier und da belustigend und anziehend wirken, besonders dann, wenn des Abends die Lichter spielen und irgendein neuer Lichttrick vorgeführt wird. Aber als ein Fortschritt auf dem Gebiete der Veredelung der Außenreklame im Sinne der Bereicherung des Großstadtbildes durch künstlerische Reklamewirkungen für wirtschaftliche Zwecke kann dieses jahrmarktähnliche Gesamtbild nicht angesehen werden.

Dieses aber, nämlich die Bereicherung des Großstadtbildes durch künstlerische Reklamewirkungen für wirtschaftliche Zwecke, ist das Ziel, das in den wichtigsten großstädtischen Geschäftsstraßen erreicht werden muß, ist das der Außenreklame innewohnende und zur Lösung drängende städtebauliche, künstlerische und wirtschaftliche Problem.

Ist dieses Ziel zu erreichen? Ich glaube, ja! Zwar nicht von heut auf morgen. Auch nicht überall, aber in zäher Arbeit Vieler wird es auch in unserer Zeit schon in einigen besonders günstig



Hannover. Der Geschäftsmann hat erkannt, daß in der rhythmischen Anordnung gleicher Reklamen eine starke Werbewirkung liegt

Hamburg. Jeder Geschäftsmann hat versucht seine Reklamen an möglichst auffallender Stelle anzubringen. Dabei mußte er auf vorhandene Reklamen Rücksicht nehmen. Der Erfolg ist Unordnung und Unübersichtlichkeit

liegenden Fällen zu erreichen sein. Es wird dieses Ziel nicht schwerer zu erreichen sein, als das Ziel, was heute im Städtebau vielerorts schon erreicht ist, nämlich Aufbau ganzer Straßen nach einheitlichen künstlerischen Gesichtspunkten zur Schaffung eines städtebaulichen Kunstwerkes.

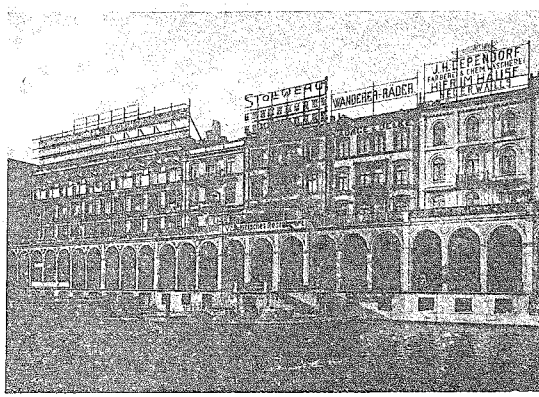
Wie dort das einzelne Individuum Haus es sich gefallen lassen mußte, nur als Glied der Gemeinschaft Baublock zu gelten, wie es seine persönliche architektonische Gestaltungsfreiheit der Gestaltung des Ganzen opfern mußte, so muß auch die einzelne Reklame sich einordnen in den Rahmen einer städtebaulich künstlerischen Reklameidee, wenn das bezeichnete Ziel erreicht werden soll.

In alten Geschäftsstraßen wird dies nur sehr langsam zu erreichen sein, ebenso wie einer alten Straße nur ganz allmählich ein bestimmter architektonischer Ausdruck durch Neu- und Umbauten gegeben werden kann. Aber bei neuen Straßenzügen ist es nicht schwierig, wenn beim Entwurf der Bauten berücksichtigt wird, daß die Reklamewirkung für eine Geschäftsstraße wichtiger ist, als irgendwelche Architekturwirkung, ja, daß eine Geschäftsstraße charakterisiert werden muß durch die Reklame.

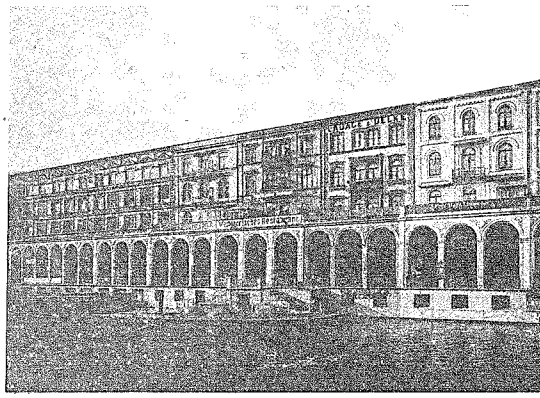
Leider ist es ja heute noch so, daß in der Regel die Architekten, Behörden und die Geschäftsleute die An- und Unterbringung von Reklamen den Glasschildermalern, Elektrotechnikern und Installateuren überlassen, statt sich sehr ernstlich mit der Frage zu beschäftigen, wie kann man die Reklame als Gestaltungsfaktor benutzen.

Berlin. Dieses Bild läßt erkennen, welche Rücksichten auf die künstlerischen Interessen der Allgemeinheit genommen werden. Es zeigt aber auch, daß trotz der Größe der Reklamen keine Reklame sich besonders vor der anderen hervorhebt

Hamburg. Die Menge auch kleiner Reklamen führt zu groben Verunstaltungen des Straßenbildes



Die Alsterarkaden im Jahre 1913. Auf Grund des Baupflegegesetzes wurde die Dachreklame durch Einspruch beseitigt



Heutiger Zustand der Alsterarkaden

um sie wirtschaftlich zu nutzen und gleichzeitig durch sie die Geschäftsstraße so zu charakterisieren, daß das Straßenbild ein künstlerisches wird.

Denn verfolgt man die einschlägige Literatur, so findet man nur sehr selten darin etwas über dieses Problem.

Immerhin sind schon Stimmen laut geworden, die auf das von mir bezeichnete Ziel hinwiesen. So hat z. B. der Architekt Hugo Häring, Berlin, in einem kurzen Aufsatz über Lichtreklame und Architektur im März-Heft d. J. der „Modernen Bauformen" sich dahin ausgesprochen, daß die einheitliche Gestaltung des Nachtbildes ganzer Straßen erstrebt werden müsse. In Hannover hat Herr Oberbaurat Damm sich mit dem Problem beschäftigt, die Lichtreklame in bestimmten Straßen nach städtebaulichen Gesichtspunkten zur Wirkung zu bringen und dabei insbesondere dadurch beachtenswerte Erfolge erzielt, daß er die Farbigkeit der Lichtreklame als Gestaltungsfaktor stark ausnutzte.

Auch in anderen Städten finden wir Ansätze zur Erreichung dieses Zieles durch die gebundene großstädtische Lichtreklame.

Nicht aber ist bisher meines Wissens die Durchführung einer großstädtisch wirkenden Reklameidee ernstlich gemeinsam mit den daran interessierten Kreisen versucht worden, einer Idee, die dem schöpferischen Geist eines Künstlers entsprungen ist und von dem Gemeinschaftswillen der Geschäftsleute einer ganzen Straße getragen und von den Behörden gefördert wird.

Bei der heutigen Einstellung der Geschäftswelt, der Reklamefachleute, der Architekten und Behörden zur Reklame ist das ja auch nicht verwunderlich, da die Beurteilung der Werbewirkung und der ästhetischen Wirkung einer Reklame in der Regel nicht mit Rücksicht auf die Gesamtheit der Reklamen einer Straße erfolgt. Diese Einstellung hat aber, wie wir wissen, zu dem Chaos geführt, das wir in unseren großstädtischen Geschäftsstraßen finden, ein Chaos, das weder die Geschäftsinhaber, noch die Architekten, noch der Reklamefachmann, noch die Behörden als einigermaßen befriedigend bezeichnen können.

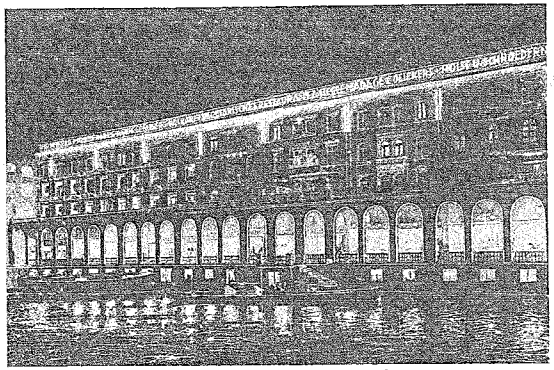
Das Gegenteil von Chaos ist Ordnung. Liegt es da nicht nahe, zu versuchen, auf dem Wege der Ordnung der Lösung des Problems näher zu kommen?

Dem wird zunächst entgegengehalten werden, daß Ordnung gleichbedeutend sei mit Tod der Reklame, da sie dem Wesen der Reklame widerspräche.

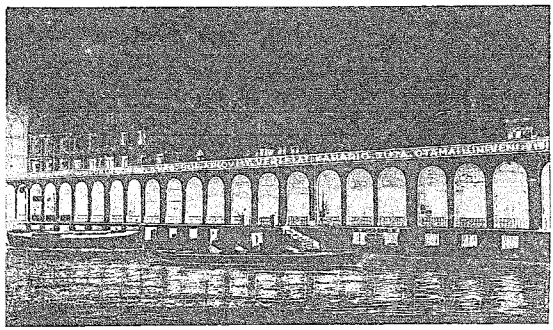
Was ist denn der Zweck und das Wesen der Reklame?

Die Reklamefachleute sagen, die Reklame soll auffallen, ins Auge stechen, sich dem Auge einprägen, ins Gehirn eingehämmert werden. Tun das die Reklamen in unseren großstädtischen Geschäftsstraßen? Ich sage, nein! Denn das Chaos der Reklamen läßt den einzelnen Reklamen gar keine Ruhe, gar keine Zeit, den Passanten ins Auge zu stechen oder sich ihnen ins Gehirn einzuhämmern, da das Auge des Passanten in dem Wirrwarr dauernd abgelenkt wird, ruhelos umherirrt, den einzelnen Reklamen zu entfliehen sucht.

Nicht die einzelnen Reklamen erfaßt das Auge des Passanten, sondern der Gesamteindruck der vorhandenen Reklamen ist es, dem



Der Wunsch der Geschäftsleute, ihre Geschäfte durch Lichtreklamen hervorzuheben, führte zu diesem Vorschlag des Verfassers. Durchlaufende Attika mit einheitlicher Leuchtreklamebeschriftung für die einzelnen Geschäfte. Die Bogenstellungen sollen entweder durch Leuchtröhren oder durch Innenbeleuchtung der Arkaden hervorgehoben werden.



Zweiter Vorschlag für die Durchführung einer einheitlichen Lichtreklame. Die provisorische Durchführung ist für die Veranstaltung „Hamburg im Weihnachtsicht" in Aussicht genommen

sich das Auge des geheetzten Großstädters nicht entziehen kann und der sich dem Gehirn unbestimmt einprägt.

Der einzelne Geschäftsmann kann also in der Regel nicht mit einer besonderen Werbewirkung seiner Reklame im Chaos rechnen.

Ist dem so, ist dann nicht der Reklamekampf des einzelnen Geschäftsmannes im Chaos wirtschaftlicher Unsinn, wenn mit geringeren Mitteln das gleiche oder sogar Besseres erreicht werden kann?

Will ich unter 100 durcheinander stehenden Menschen einen Bekannten finden, so ist das sehr schwer. Stehen diese 100 Menschen in Reih und Glied, so ist es ein Leichtes, den Gesuchten zu finden.

Gehe ich durch eine großstädtische Geschäftsstraße und suche ein bestimmtes Geschäft nach den in den Luftraum vorspringenden Reklamen, so muß ich sehr aufmerksam sein, es aus dem Chaos herauszufinden. Würden die Reklamen dagegen in bestimmten Höhen so angebracht sein, daß sie alle gleich gut sichtbar sind, so würde das Auge durch diese Ordnung, die segensreiche Himmelstochter, geleitet, sehr schnell und sicher, selbst vom Auto aus, das Geschäft finden und dabei mühelos auch die anderen Reklamen sehen.

Jeder Geschäftsmann kennt den Segen der Ordnung aus seinem Geschäft; er weiß, daß ohne Ordnung kein Angestellter und er selbst nur sehr schwer das vom Käufer Gewünschte finden kann. Ist es da nicht auffällig, daß derselbe Geschäftsmann bei der Reklame sich von der Unordnung Erfolg verspricht? Glaubt er, daß die Reklame im Chaos leichter zu finden ist, als in der Ordnung? Glaubt er, daß das Erinnerungsvermögen der Passanten im Chaos eine bessere Stütze findet, als in der Ordnung? Nein, kein Kaufmann glaubt das. Aber er kann den Segen der Ordnung bei der Reklame nicht ausnutzen, weil es dem bösen Nachbarn nicht gefällt.

Die Voraussetzung, vom Chaos zur Ordnung zu kommen, oder anders gesagt, an die Stelle der wilden Reklame die künstlerisch gebundene zu setzen, erfordert daher das Vorhandensein eines Gemeinschaftswillens der Geschäftsleute einer Straße.

Dieser Gemeinschaftswille fehlt heute noch fast ganz, er wird restlos wohl auch niemals da sein. Trotzdem glaube ich, daß das Ziel deshalb nicht von denjenigen aus dem Auge gelassen werden darf, die die Aufgabe haben, das Großstadtbild vor Verunstaltungen zu bewahren, nämlich von den Behörden.

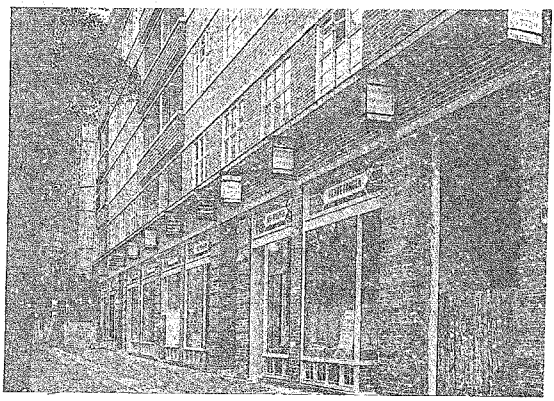
Sie sind verpflichtet zum Kampf gegen die Verunstaltung des Stadtbildes durch Reklame als Hüter der öffentlich künstlerischen Interessen.

Sie haben den Kampf bisher im ganzen erfolglos geführt, wenn sie ihn überhaupt geführt haben, da sie nicht kämpften, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen, sondern nur versuchten, sich einem, ihnen selbst unklaren Ziel zu nähern.

Die Bestimmung des Zieles ist aber die Voraussetzung zur Erreichung des Zieles. Wohl hat man versucht, Richtlinien für die Anbringung von Reklamen aufzustellen, um der Verunstaltung zu begegnen, aber diese genügen nicht, da sie zu allgemein gehalten sind und das Ziel nicht erkennen lassen.

Sie geben eben nur eine Richtung an, bezeichnen aber nicht ein Ziel und den Weg zum Ziel. Will aber die zur Wahrung der öffentlich künstlerischen Interessen eingesetzte Behörde etwas erreichen, so muß sie sagen, was sie will, d. h. das Ziel klar bezeichnen.

Im Kampf gegen die Verunstaltung der großstädtischen Geschäftsstraßen durch Reklame heißt das, Festlegung eines Wunschbildes für das Aussehen einer solchen Straße. Ein solches Wunschbild kann natürlich nicht von vornherein jede einzelne Reklame berücksichtigen, sondern es kann nur als großer Rahmen einer künstlerischen Idee gelten, in den sich die einzelnen Reklamen einzupassen haben. Ebenso wie bei der Festlegung des Wunschbildes



Hamburg. Systematische Anordnung der Leuchtkasten. Jede Reklame ist gleich gut sichtbar. Alle Leuchtkasten sind an eine Lichtleitung angeschlossen, leuchten gleichzeitig auf und erlöschen gleichzeitig. Das Anziehungsmoment für die Passanten ist in der Gesamtwirkung zu suchen. Die Gesamtwirkung kommt jedem Laden zugute. Erfolg der künstlerisch gebauten Reklame

für die einheitliche Bebauung einer ganzen Straße nicht jede Einzelheit festgelegt wird, sondern nur die große Bauidee.

Ich bin mir durchaus bewußt, daß nur sehr wenige da sein werden, die nicht sehr große Zweifel haben, ob auf diesem Wege ein Fortschritt gefunden werden kann. Das schreckt mich nicht, trotzdem dafür einzutreten, diesen Weg zu gehen. Denn, daß wir so, wie wir bisher versuchten, die Auswüchse der Reklame in den großstädtischen Geschäftsstraßen zu verhindern, keinen Erfolg haben werden, dürfte nicht zweifelhaft sein. Wir müssen also nach anderen Wegen suchen, um die in der Reklame liegenden künstlerischen Gestaltungswerte für das Stadtbild nutzbar zu machen. Wir müssen aus der Not eine Tugend machen.

Ich wies schon darauf hin, daß auch andere, die sich mit dem künstlerischen Problem der großstädtischen Reklame ernstlich beschäftigt haben, meine Ansicht teilen. Hinzufügen kann ich auch noch, daß in den Kreisen der großstädtischen Geschäftswelt heute auch die Frage zur Diskussion steht, wie das Problem der großstädtischen Reklame anzufassen ist, um aus dem heutigen auch wirtschaftlich unbefriedigenden Zustand herauszukommen.

In Hamburg, dem Ort meiner behördlichen Tätigkeit, hat sich zum Beispiel der Verein der Spezialgeschäfte schon längere Zeit mit dieser Frage beschäftigt, da er eingesehen hat, daß auf dem zurzeit begangenen Wege die geschäftlichen Interessen nicht zu ihrem Rechte kommen.

Ich habe in diesem Verein sinngemäß das vorgetragen, was ich Ihnen hier vortrage. Darnach habe ich nicht nur die grundsätzliche Zustimmung gefunden, sondern darüber hinaus hat sich eine Vereinigung gebildet, die ernstlich versucht, zunächst für eine Straße den Gedanken der Gemeinschaftsreklame durchzuführen.

Auch in Berlin beschäftigt man sich sehr intensiv mit dem Problem. Wie weit die Pläne gediehen sind, weiß ich nicht. Mir ist jedoch mitgeteilt, daß in der in Berlin im Oktober d. J. stattgehabten Lichtwoche Versuche in der angegebenen Richtung gemacht sind, und daß sich zu diesem Zweck sogenannte Lichtgemeinschaften und Lichtgilden gebildet haben für bestimmte Straßen. Wie diese Versuche in Berlin und Hamburg ausfallen werden, das werden wir abwarten müssen.

Würde aber der Versuch hier oder dort gelingen, so würde das ein ganz bedeutender Fortschritt sein, aus dem Chaos herauszukommen und die Geschäftsleute, Künstler und Behörden hätten ein gemeinsames Ziel.

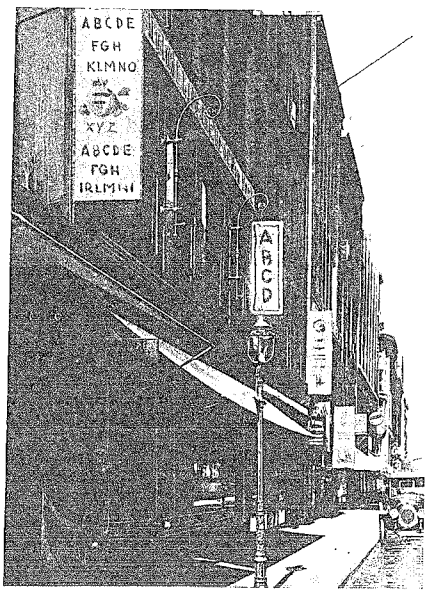
Aber auch noch ein anderer Weg steht uns zur Klärung dieses Problems zur Verfügung. Das ist der Weg über unsere großen Ausstellungen. Ein Anfang ist ja auf der „Pressa" und der technischen Ausstellung in Dresden gemacht.

Besser und klarer ließen sich aber die von mir aufgeworfenen Fragen auf einer Bauausstellung klären, bei der an sich schon besonderer Wert auf die Lösung architektonischer und städtebaulicher Fragen gelegt werden muß.

Denken wir an die Ausstellungen früherer Jahrzehnte und ihre phantastischen planlosen Baugebilde und vergleichen damit, was in den letzten Jahren geleistet ist, so können wir die Zuversicht haben, daß die ästhetische Wirkung und wirtschaftliche Werbekraft einer solchen Ausstellung ganz bedeutend erhöht werden würde, wenn sie erbaut würde unter dem Gesichtspunkt der Ausnutzung der in der Reklame liegenden künstlerischen Werte zur Bereicherung des Gesamtbildes für wirtschaftliche Zwecke.

Vielleicht bietet sich hierzu die beste Gelegenheit, wenn die internationale Bauausstellung in Berlin verwirklicht wird.

Wenn ich meinen Ausführungen nun noch einige Lichtbilder zur Erläuterung anfüge, so dürfen Sie nicht erwarten, daß ich Ihnen etwas ganz Besonderes bringe, denn so etwas gibt es noch nicht.



Hamburg. Die Gesamtwirkung ist als verunstaltend zu bezeichnen. In der Tiefe der Straße häufen sich die in den Obergeschossen planlos angebrachten Schilder so sehr, daß eins das andere verdeckt

Was ich bringe sind Einzelerscheinungen und Ideen, die die Wirkung willkürlicher und gebundener Reklamen veranschaulichen und so zum Nachdenken anregen sollen.

Die Ihnen vorgeführten Bilder sollen zeigen, in welcher Richtung m. A. n. das Ziel liegt und welche Wege eingeschlagen werden müssen, um zum Ziel zu kommen.

Die Bilder haben aber auch gezeigt, daß bei einer solchen Entwicklung der Reklame die Gefahr besteht, daß besonders am Tage die Reklamen an den Bauten verunstaltend wirken können und der Architektureindruck der Straßen wesentlich beeinträchtigt oder gar vollständig vernichtet werden kann.

Ich sehe eine solche Gefahr bei unseren großstädtischen Geschäftsstraßen nur bedingt, d. h. nur dann, wenn beachtenswerte Architektureindrücke tatsächlich da sind.

Es ist ja nun aber so, daß sehr viele großstädtische Geschäftsstraßen heute im ganzen als grobe Verunstaltungen des Stadtbildes anzusehen sind. Das, was von Wert ist, ist in der Regel nur die Raumwirkung. Diese Raumwirkung aber ist durch das Chaos der Architekturen in den meisten Fällen so wesentlich verschlechtert, daß die Raumwirkung nur gewinnen würde, wenn man die ganze Schalenarchitektur beseitigte, so daß klare Wandungen entstehen.

Haben solche großstädtischen Geschäftsstraßen aber keinen Architekturwert, sondern nur einen räumlichen Wert und finden wir, daß die Raumwirkung durch Reklame verstärkt und reizvoller gemacht werden kann, dann brauchen wir uns nicht zu scheuen, an Stelle des unbefriedigenden Architektureindrucks einen Reklameeindruck zu setzen, der die räumliche Wirkung verstärkt und dem Wesen und Zweck einer Geschäftsstraße gerecht wird.

Ist aber in der Tat ein wertvoller Architektureindruck vorhanden, so wird sich auch dort eine Möglichkeit finden, die Gemeinschaftsreklame durchzuführen, wie das z. B. bei den Alsterarkaden in Hamburg von mir vorgeschlagen ist.

Ich gebe mich der Hoffnung hin, daß meine Ausführungen dazu beigetragen haben, für ein Problem zu interessieren, mit dessen Lösung wir uns sehr ernstlich beschäftigen müssen, wenn wir auf dem Gebiete der Reklame vorwärtskommen wollen.

Verschiedenes

Oeffentliche Mittel für den Wohnungsbau bis 1940. Der Referent für Wohnungsfragen im Reichsarbeitsministerium, Ministerialrat Dr. Wölz erörtert im Reichsarbeitsblatt die Aufgaben der Reichswohnungsbaupolitik und stellt fest, daß, wenn wie im Jahre 1927 auch in jedem folgenden Jahre etwa 300 000 Wohnungen gebaut werden, der Zeitpunkt eines wesentlichen Privatwohnungsbaues in unbestimmte Ferne gerückt wird. Hält man an der immer stärkeren Heranziehung des Privatkapitales für den Wohnungsbau fest, so werden bis ungefähr 1940 für die Finanzierung desselben die öffentlichen Mittel die Hauptsache bleiben. Nur wenn die öffentlichen Mittel zukünftig gesetzlich für die ganze Zeit gleichwertig zur Verfügung gestellt werden, ist eine planmäßige Festlegung des Aufgabenkreises möglich. Eine Senkung der Herstellungskosten ist in absehbarer Zeit nicht zu erwarten; es sind daher mit besonderem Nachdruck alle in dieser Richtung angestrebten Versuche, namentlich die der Reichsforschungsgesellschaft zu unterstützen. Leider gleicht die eingetretene Verteuerung der Herstellungskosten weithin die erreichte Verbilligung durch die Rationalisierung aus, so daß auch heute noch bei 300 000 Wohnungen mit einem Durchschnitt von 10 000 RM. Herstellungskosten wieder wie im Jahre 1927 mit drei Milliarden RM. Kosten zu rechnen ist. Bl.

Verbands-, Vereins- usw. Angelegenheiten

Altherrenschaft der Baugewerkschule Görlitz. Vom 7.—10. Juni 1929 findet in Görlitz die Reichstagung des deutschen Bauschulbundes statt. Dieser 1925 in Hannover gegründete Bund schließt die Absolventen aller deutschen Bau- und Baugewerkschulen zusammen und soll diese Tagung zu einer großen Kundgebung für den deutschen Bauschulbund und das gesamte Bauwesen werden und die Ziele und Bestrebungen des Bundes in die Oeffentlichkeit tragen. Aus Anlaß dieser Reichstagung rufen wir alle ehemaligen Görlitzer zu einer großen Wiedersehensfeier und zum 35 jährigen Jubiläum unserer Baugewerkschule nach Görlitz, der einstigen Bildungsstätte, der Perle der Lausitz und der Gartenstadt Schlesiens. Verbunden mit dieser Feier ist neben den sonst üblichen Veranstaltungen eine große Ausstellung von Schülerarbeiten und Erzeugnissen der gesamten Bauindustrie. Wie im Jahre 1924 muß sich im Juni 1929 wieder die Mehrheit der Görlitzer Absolventen hier zusammenfinden. Um nun allen unseren Kollegen Einladung, Programm und alle sonstigen Drucksachen für diese Feier zustellen zu können, müssen wir alle und richtige Anschriften haben und bitten daher um Angabe der Adressen derjenigen ehemaligen Görlitzer, die noch nicht Mitglied unserer Altherrenschaft sind. Werbematerial für unsere Altherrenschaft und den deutschen Bauschulbund stellen wir gern zur Verfügung. Anfragen und Anschriften sind zu richten an: techn. Reichsb.-Ober-Inspektor Piltz, Görlitz, Mittelstraße 33 III.

Wettbewerbs-Ergebnisse

Ohlau. Der von dem Kreise Ohlau unter einer Anzahl schlesischer Architekten ausgeschriebene Wettbewerb zur Erlangung von Entwürfen für eine landwirtschaftliche und Ackerbauschule mit Lehrerwohnungen wurde mit folgendem Ergebnis entschieden: 1. Preis Diplom-Ingenieure Buchwald und Hesse in Breslau, 2. Preis Architekt Kleinert in Oels i. Schles. 3. Preis Architekt Gaze in Breslau. Der mit dem 1. Preis ausgezeichnete Entwurf wurde zur Ausführung bestimmt.

Waldenburg. Der Verband der Waldenburger Gebirgsvereine hatte kürzlich ein Preisausschreiben erlassen für den besten Entwurf eines Gebirgshauses, das auf dem Heidelberge errichtet werden soll. Aus den zahlreich eingegangenen Wettbewerben wurde der Entwurf des Architekten Kronke mit dem ersten Preise bedacht und er wird zur Ausführung gelangen. Die beiden nächsten Preise trugen die Architekten Redlich und Strumpf davon.

Jubiläum

Dresden. Ein Jubiläum in der Dachpappen-Industrie. Die Chemische Fabrik für Teer- und Asphalt-Produkte der Firma B. Lohse & Rothe, jetzt Vereinigte Dachpappen-Fabriken A.-G., Dresden A 5, blickt in diesem Monat auf ein 60 jähriges Bestehen zurück. Sie ist eine der ältesten Unternehmungen der Dachpappen-Industrie. Ihre Gründung erfolgte 1868. Damals war die Dachpappen-Industrie über kleine Anfänge noch nicht hinausgekommen. An der jetzigen Bedeutung dieses Industriezweiges hat die Firma B. Lohse & Rothe großen Anteil. Ihr Unternehmen gehört zu den größten und modernsten dieser Industrie. Sie besitzt hohe Auszeichnungen. Um den Aufschwung des Unternehmens hat sich seit 1894 namentlich Herr Direktor Richard Ganssauge verdient gemacht. Er feierte in diesem Jahre seinen 60. Geburtstag.

Persönliches

Breslau. Der durch seine wiederholten Wettbewerbserfolge, sowie durch seine städtebauliche Tätigkeit in Schlesien bestens bekannte Architekt Herr Dipl.-Ing. Gerh. Schroeder aus Breslau ist zum städt. Baurate nach Frankfurt a. Main berufen worden und wird schon bald diesem Rufe Folge leisten.

Zwickau Sa. Als Nachfolger des Stadtbaudirektors Bock, der als Stadtbaurat nach Freital geht, hat der Rat der Stadt Zwickau in seiner letzten Sitzung den Stadtamtsbaurat Architekten von Tiling vom Hochbauamt Leipzig zum Stadtbaudirektor in Zwickau gewählt. Von Tiling ist seit zwei Jahren in seiner jetzigen Stellung und war vorher in Köln tätig.

Todesfälle

Beuthen OS. Am 27. November d. J. verstarb der Inhaber der Firma Paul Kunz & Co., Herr Dachdeckermeister Paul Kunz, infolge Herzschlages.

Breslau. Am Totensonntag verstarb im 65. Lebensjahre Herr Stadtarchitekt Richard Koch.

Bücherschau

Hast Du alles veranschlagt? Von Architekt Fr. Theil. Für Titel I bis XVIII zusammengestellt. Verlag: Steinke & Röhricht, Breslau. Preis 1.— RM.

Schon nach kurzer Zeit ist von diesem kleinen Werk die zweite Auflage notwendig geworden. Eine ganze Reihe von Verbesserungen sind gegenüber der ersten Auflage zu verzeichnen. Der Hochbau mit seinen 1000 Handreichungen, Kleinarbeiten und Zufälligkeit erfordert viel Erfahrung und umfangreiche Gehirntätigkeit in den Vorarbeiten. Mancher Unternehmer und Meister mußte infolge oberflächlicher Veranschlagung und Massenermittlung schon bitteres Lehrgeld zahlen. In dem vorliegenden kleinen Werk soll er nachhaltige Hilfe für die Bedürfnisse in der Praxis erhalten. Der schnelle Absatz der ersten hochbemessenen Auflage hat bereits gezeigt, wie sehr ein derartiges Hilfswerk den Arbeiten

in der Praxis entspricht. Auch die Neuauflage wird sich schnell ihren Freundeskreis schaffen. R.

Zeitschriftenschau

Reichsarbeitsblatt. Herausgegeben vom Reichsarbeitsministerium, Berlin NW 40, Scharnhorststraße 35, Verlag von Reimar Hobbing, Berlin SW 61, Großbeerenstraße 17.

Heft Nr. 11 enthält folgende Abhandlungen: Entwicklung des Sprengstoffwesens in Deutschland in und nach dem letzten Kriege. — Unsachgemäße Behandlung von Schleifsteinen und Schleifscheiben als Ursache von Unfällen. — Der Arbeitsplatz und die Arbeitsgerätschaften der Angestellten im Handels- und Bürobetriebe. — Zum 25jährigen Bestehen des Deutschen Arbeitsschutzmuseums. — Baugefährdung und strafrechtlich Verantwortlichkeit. — Neues vom Arbeitsschutz.

Die Schalltechnik. Herausgeber: Dr.-Ing. Werner Genest und Dr. rer. pol. Hugo Stössel, Berlin. Verlag: Emil Zorn A.-G., Berlin S 14. 1. Jahrgang, Heft 6.

Inhalts-Uebersicht: Die schalltechnischen Begriffe — Einheiten und Formelzeichen. — Ueber Ultraschalle. — Wissenswertes über „Korfund." — Isolierung von durch Erschütterungen besonders gefährdeten Bauten. — Fabrikgebäude in Wohngegenden. — Der Brand in unserem Werk. — Die Beurteilung von Isolierstoffen gegen Erschütterungsübertragung.

Baulndex	Baustoffindex
1913 = 100	1913 = 100
26. 9. 28 = 171,1	31. 10. 28 = 159,3
10. 10. 28 = 173,4	7. 11. 28 = 159,2
24. 10. 28 = 173,3	20. 11. 28 = 159,2

Fragekasten

Frage Nr. 176. Im März 1924 habe ich einen neuerbauten Jungviehstall mit teerfreier Dachpappe 35 kg Ware auf gesp. Dachschalung einlagig sach- und fachgemäß eingedeckt. Das Dach bildet gleichzeitig die Decke des Stalles. Die teerfreie Dachpappe ist jetzt durch die Witterungseinflüsse total vernichtet, während die Dachschalung und das Dachverbandholz noch vollkommen gesund ist. Bin ich dem Bauherrn gegenüber jetzt noch zur vollen Ersatzpflicht verpflichtet? Kann ich den Lieferanten der Pappe regreßpflichtig machen? E. W. in Kr.

Antwort auf Frage Nr. 155. Die stärksten Wirkungen sowohl gegen Bodenschall als auch gegen Luftschall erzielen Sie durch sachgemäße Anwendung der Weco-Schallregelplatten (auch der Weco-Kraftregelplatten). Die Firma Weiß & Co., Leipzig C 1, Fleischerplatz, kann Ihnen bei Uebersendung der notwendigen Unterlagen schalltechnisch vollkommene Vorschläge jederzeit unterbreiten.

Antwort auf Frage Nr. 167. Mit Lieferfirmen für Formen kann ich Ihnen dienen, auch meine „Beachtenswerten Winke und Rezepte" für Kunststeinmischungen usw. werden Ihnen gewiß gute Dienste tun. Terrazzo- und Kunststein-Materialien.
Alfred Zschille, Tharandt.

2. Antwort auf Frage Nr. 169. Es ist sehr leicht möglich, daß das innere Mauerwerk noch nicht ganz ausgetrocknet ist. Durch die Luftzirkulation infolge der Zentralheizung findet daher ein reger Wärmeaustausch mit der Innenluft der Räume statt. Es ist anzunehmen, daß die Flecke nach einer gewissen Zeit trocknen, bestimmt kann man es jedoch nicht angeben. Um sich auf jeden Fall gegen die feuchten Stellen, die unschön aussehen, zu schützen, empfehlen wir folgendes Verfahren: Der feuchte Putz wird abgeschlagen, alsdann wird ein neuer Putz, in halber Stärke des alten, aufgetragen. Nachdem dieser trocken ist, erfolgt ein doppelter Anstrich mit Trocal der Fa. J. B. Ulrich, A.-G., Berlin-Wilmersdorf. Auf den zweiten noch nicht ganz trockenen Anstrich kann man zum besseren Haften des Putzes feinen gesiebten Sand werfen. Als Schluß erfolgt jetzt die zweite Hälfte des Putzes. Ein Durchschlagen der Feuchtigkeit ist an der isolierten Stelle ausgeschlossen. Dieses Verfahren würde auch gegen Salpeterausschläge, falls solche vorhanden sein sollten, schützen. Weitere Auskunft erteilt Technisches Büro obiger Firma, Breslau, Breite Straße 19.

3. Antwort auf Frage Nr. 169. Ohne das Objekt gesehen zu haben, läßt sich schwer feststellen, woher die Feuchtigkeit im Erdgeschoß kommt. Wenn das Wohnhaus nicht hoch über Sockel steht, dann könnte Trauftwasser (Spritzwasser) in Frage kommen. Möglich ist auch, daß der Sockel einen großen Vorsprung hat, daß also auf der wagerechten Fläche das Wasser stehen bleibt und eindringt, was erleichtert wird, wenn die Heizkörper in Nischen stehen. Aufsteigende Grundfeuchtigkeit kann es doch nicht sein, denn das Gebäude ist unterkellert und horizontal mit Pappe isoliert. Es wäre nur möglich, daß die obere Papplage zu niedrig, also im Erdreich liegt. Vielleicht ist aber auch die Pappisolierung nicht sachgemäß ausgeführt bzw. schadhaft geworden. Wenn es sich um aufsteigende Grundfeuchtigkeit handelt, dann muß innen auf eine gewisse Höhe mit Zementmörtel unter Zusatz von Ceresit (von den Wimmer'schen Bitumen-Werken, G. m. b. H., Unna i. W.) geputzt werden. Der Ceresit-Putz hilft in jedem Falle, aber wenn sich der Mißstand von außen abstellen läßt, so ist das insofern besser, als dann die Feuchtigkeit nicht erst in das Mauerwerk ziehen kann. Arch. P.

4. Antwort auf Frage Nr. 169. Da es sich um Ziegelhohlmauerwerk handelt, gibt es, wenn die Horizontal-Isolierung gut ausgeführt ist, zwei Möglichkeiten für das Auftreten der Feuchtigkeit im Erdgeschoß. Wenn die Feuchtigkeit sich an der Nord- oder Ostwand zeigt, so kann es sich um reine Kondensfeuchtigkeit handeln. Zeigt sie sich aber an der Süd- oder Südwestseite, so kommt auch eingedrungene Schlagregenfeuchtigkeit hinzu. Lassen Sie sich unsere Druckschrift Nr. 26: „Feuchtigkeit in den Bauten, ihre Entstehung und Beseitigung" kommen (unentgeltlich), in welcher Sie Ihren Fall genau beschrieben finden. Zeigt sich die Feuchtigkeit auf der West- oder Südseite, also durch Schlagregen, so läßt sich diese durch ein Behandeln der Außenflächen mit unserem seit 75 Jahren bewährten Steinschutzmitteln Lapidensin (unsichtbarer Anstrich) beseitigen. „Densin," Fabrik chem. techn. Produkte.

5. Antwort auf Frage Nr. 169. Es ist anzunehmen, daß die nassen Stellen an der Zimmerseite des Mauerwerks auf unausgetrocknetes Mauerwerk, auf Schwitzwasserbildung oder auf Durchfeuchtung der Wände durch Schlagregen, Trauftwasser, undichte Dachrinnen usw. zurückzuführen sind. Die Luftisolierung des Mauerwerks kann, wenn die Außenseite des Mauerwerks unverputzt und die Fugen mangelhaft mit Mörtel ausgefüllt sind, sehr nachteilig auf die Warmhaltung der Zimmer wirken, weil dann die Luft in dem Hohlmauerwerk durch den Temperaturunterschied von Zimmer- und Außenluft sowie durch Windanfall in ständiger Bewegung, im letzteren Falle auch einer Erneuerung, ausgesetzt ist, wodurch der Wärmetransport in starkem Maße erhöht wird. Vorschläge zur Beseitigung des Uebelstandes können nur gemacht werden, wenn die Ursachen an Ort und Stelle festgestellt sind. Kth.

1. Antwort auf Frage Nr. 170. Für die Abwassermenge von 15 cbm täglich reicht im allgemeinen schon eine fabrikmäßig hergestellte, versandfähige Kläranlage aus. Es sind jedoch für die richtige Dimensionierung verschiedene Rückfragen erforderlich. Unterzeichneter ist gern bereit, Ihnen einen Fragebogen zur Ausfüllung zuzusenden und an Hand dieses, Ihnen ein Vorprojekt zur erstmaligen Genehmigung durch die Kreisdirektion auszuarbeiten. Da in verschiedenen Gegenden die verschiedensten Anforderungen auf den Grad der Reinheit der Abwässer gestellt werden müssen, ist eine unbedingte Fühlungnahme mit der betreffenden Behörde unerläßlich. Generalvertretung für den Klein-Emscherbrunnen für Ostdeutschland.
Ing.-Büro V. Jerabeck, Breslau 21, Viktoriastraße 16.

2. Antwort auf Frage Nr. 170. Mit der Projektierung und Ausführung von Kläranlagen für Abwässer beschäftigen sich sehr viel Firmen und besonders auch solche, welche Wasserzu- und -ableitung für größere Bauwerke ausführen. Eine größere Firma, welche Kläranlagen projektiert und auch ausführt, ist Tiedemann & Wendland, Hamburg, in Betracht kommt auch David Grove A.-G., Berlin, Bülowstraße 90, mit ihren Niederlassungen in Breslau II, Neue Taschenstraße, sowie Liegnitz, Gleiwitz OS. und Hirschberg. Bekannt ist mir auch ein Werkchen über Abwässerkläranlagen von Reg.- und Baurat Dr. ing. Wilh. Teschner, Verlag von M. Teschner, Berlin, Schönhauser Allee 88. Preis etwa 2,50 RM. L. Sichert.

Antwort auf Frage Nr. 171. Wenn ohne Vorflut eine Entwässerung des Tennisplatzes nicht möglich ist, so macht man die sogenannte Packlage etwas stärker, damit mehr Feuchtigkeit aufgesaugt werden kann. Von dem vorhandenen Gelände werden etwa 20 cm Tiefe abgegraben, darauf werden in etwa 10—12 cm Höhe kleine Feldsteine bis zu Faustgröße und darauf etwa 10 cm hoch Ziegelbruch gebracht, gleichmäßig verteilt und abgestampft, besser noch abgewalzt. Dann kann man noch etwa 5 cm Kohlenschlacke aufbringen, etwas nässen, so daß auch noch Löcher in der Ziegelbruchauffüllung ausgefüllt werden. Wenn die kleinen Feldsteine nicht vorhanden sind, kommt dafür Ziegelbruch in Frage oder eine etwas höhere Auffüllung von Schlacke. Auf die letztgenannte Auffüllung kommt 4 bis 5 cm starke Lehmschüttung, ebenfalls abgewalzt und als Schluß einige Zentimeter Ziegelmehl. Letzteres nimmt leicht Feuchtigkeit auf und gibt sie auch schnell wieder ab, so daß der Platz nach Niederschlägen bald wieder trocken wird. Kommt Ziegelmehl zu teuer, so muß man sich mit gesiebtem, scharfkörnigem Sand begnügen. Gesiebte Kohlenschlacke ist als obere Schicht nicht zu empfehlen, weil sie bei feuchtem Wetter etwas schmutzt. Die Markierungslinien werden weiß anfgestrichen, öfters werden auch Pfähle eingeschlagen und Latten aufgenagelt, die ebenfalls oben weiß angestrichen werden. Es kommt jedoch vor, daß sich diese werfen und auch nicht zu lange halten. Sehr geeignet für diese Linien ist die Einlage weißglasierter Ausschußziegel. Als Ständer für die Netzspannung sind solche aus Eisenbeton sehr geeignet. Wenn die Aufschüttung das umgebenden Gelände überragt, so füllt man vom Abschachtungsboden seitlich an. Die Größe der Tennisplätze ist 32 mal 14,5 m und auch noch größer — jedoch ist in einzelnen Fällen das zur Verfügung stehende Gelände maßgebend, so daß solche Plätze auch etwas kleiner gebaut werden müssen. L. Sichert.

Schriftleitung: Architekt B.D.A. Kurt Langer und Dr.-Ing. Langenbeck beide in Breslau und Baurat Hans Blüthgen in Leipzig
Verlag: Paul Steinke in Breslau und Leipzig.

Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernehmen wir keine Gewähr
Allen Zusendungen an die Schriftleitung bitten wir Rückporto beizufügen.

Inhalt:

Das Problem der gebundenen großstädtischen Lichtreklame, dazu Abbildungen. — Verschiedenes. — Fragekasten.