

3.11.39

VERMISCHTES

Die Verunstaltung des Landschaftsbildes durch Tankstellenreklame. Nach den baupolizeilichen Bestimmungen ist die Versagung der Genehmigung einer Zapfstellenreklame oder jeder Reklame im allgemeinen nur möglich, wenn ein Orts- oder Landschaftsbild von besonderem Werte verunstaltet wird. Durch orts- oder bezirkspolizeiliche Vorschriften hat man diesen Begriff da und dort enger gefaßt und nur allgemein von der Verunstaltung des Landschaftsbildes gesprochen, ohne Rücksicht darauf, ob es sich um ein „wertvolles“ oder „besonders schönes“ Bild handelt.

Die Bestrebungen des Deutschen Heimatschutzes gehen seit Jahren in derselben Richtung. Man sagt mit Recht, daß das Landschaftsbild vor jeder Verunstaltung geschützt werden muß, gleichgültig ob es sich um eine besonders schöne oder charakteristische Landschaft handelt oder nicht. Wer will über derartige Dinge Richter sein? Gerade die Landstriche, deren landschaftliche Reize verborgen liegen und höchstens gelegentlich durch das Auge des Malers entdeckt werden, bedürfen desselben Schutzes wie jene, die als Sehenswürdigkeiten anerkannt sind.

Seit etwa zwei Jahren hat nun ein furchtbares Zerstörungswerk an unserem Landschaftsbild dadurch eingesetzt, daß die Großfirmen, die Betriebsstoff für den Autoverkehr liefern, rücksichtslos allerorts große emaillierte Blechschilder aufstellen, in denen sie ihre Betriebsstoffe anpreisen. Schilder von einer Größenabmessung, wie man sie bisher an der Landstraße nicht kannte, lenken den Autofahrer von der Übersichtlichkeit des Weges ab und machen es unmöglich, unser schönes deutsches Landschaftsbild in seiner vornehmen Farbgebung überhaupt noch ungestört genießen zu können.

Vor einigen Jahren hat man sich in Heimatschutzkreisen noch überlegt, ob man nicht verlangen soll, daß die Zapfständer der Tankstellen, wie es in der Schweiz meistens üblich ist, im unteren Teile grau oder graugrün gestrichen werden. Heute spricht darüber niemand mehr, man kann nur mit Entsetzen feststellen, wie diese Streckenreklame überhand nimmt. Die Landstraße ist zur Plakatsäule für die Zapfstellenreklame geworden.

Hier kann nur eine allgemeine Säuberungsaktion und eine entschiedene Stellungnahme der Reichs- und Landesregierungen Abhilfe schaffen. In manchen Verordnungen oder Erlassen von Länderregie-

rungen (z. B. Baden) ist bereits ausgesprochen, daß eine Zapfstelle, deren Ständer farbig angestrichen ist, als Reklame für Betriebsstoffe völlig genügt. Für die allgemeine Anwendung dieses Standpunkts muß eingetreten werden.

Es hat keinen Sinn, die Landschaft auf diese Weise zu verunstalten, wenn man weiß, daß in jedem kleinen Ort sich mindestens eine, meistens aber mehrere Zapfstellen befinden. Was nützt es dem Autofahrer, wenn er liest, daß in 1000, 500 oder 20^m Entfernung der oder jene Betriebsstoff zu haben ist, wenn er nicht mehr fahren kann? Hier muß er doch den Weg zu Fuß antreten, um zur nächsten Behausung zu kommen, wo er sich befragen kann. Ebenso unsinnig ist es, vor und hinter jeder Zapfstelle im Abstand von etwa 20—50^m je ein hohes Schild in schreienden Farben anzubringen, das verkündet, daß jetzt eine Zapfstelle kommt. Die mit ausländischen Geldern finanzierten Firmen übertreffen sich in diesem Zerstörungswerk.

Ein Volk, das noch Liebe zur Heimat hat und noch mit dem Boden verwurzelt ist, sollte diese Verirrungen des Reklamewesens nicht dulden. Selbst im Lande der lauten Reklame, in Amerika, hat man aus diesem Gefühl heraus unter Schülern Stoßtrupps gebildet, die diese Schilder wegnehmen.

Das Versagen des Wortlautes mancher Verordnungen hat folgende Gründe: Die Verunstaltung des Landschaftsbildes hat heute einen anderen Sinn bekommen, als dies bei Abfassung der meisten Bauordnungen vorzusehen war. Ein großer Teil der Bevölkerung genießt das Landschaftsbild heute nicht mehr im Spaziergehen, sondern von der Kabine des Wagens aus im Spazierenfahren. Der Begriff des Landschaftsbildes war früher gewissermaßen an einen festen Standort gebunden, von dem aus man eine schöne Landschaft übersehen konnte. Heute erscheint dem Autofahrer das Landschaftsbild als eine Aufeinanderfolge von Eindrücken. Das einzige Bild ist ersetzt durch einen Bildstreifen. Durch diese Folge von Eindrücken wirkt die Benzin- und Zapfstellenreklame in der Landschaft ungleich stärker und abstoßender als im Einzelbild. Aus diesen Gründen wird man dazu kommen müssen, den Begriff des Landschaftsbildes in diesem Sinne auszulagern und unsere Landschaft von jeder Streckenreklame freizuhalten.

Zweck dieser Zeilen ist, die Architektenschaft und die Behörden auf die Gefahr aufmerksam zu machen und sie zu gemeinsamem Vorgehen aufzurufen. — Ob.-Reg.-Baurat Dr. h. c. L. Schmie der, Heidelberg.