

Wie wir eben erfahren, hat der Kanton Zürich im abgelaufenen Jahre den Habicht und damit den letzten der Raubvogelarten dieses Kantons unter gesetzlichen Schutz gestellt und als nicht jagdbar erklärt. Damit sind im Kanton Zürich sämtliche Greifvogelarten voll geschützt! Hiezu schreibt der „Züricher Kantonalverband für Vogelschutz“ in der Zeitschrift „Die Vögel der Heimat“ folgendes: „Ohne gesetzlichen Schutz wäre dieser stolze Vogel schon in absehbarer Zeit bei uns verschwunden. Nur zu oft verbindet sich mit der Bezeichnung ‚Raubvogel‘ der Begriff von ‚Schädling‘. Aber wie alles in der Natur haben auch die Raubvögel ihre Aufgabe und ihre Daseinsberechtigung. Für die Nahrungsaufnahme sind sie zum Greifen ihrer Beute ausgerüstet und sollten daher eher als Greifvögel bezeichnet werden. Zu diesen zählen vor allem Habicht, Sperber, Mäusebussard, Turmfalke und die verschiedenen Eulenarten. Der Habicht sucht sich seine Beute vorwiegend unter den Krähen, Elstern und Hähnern. Seine weitgehende Dezimierung hat zu einem starken Überhandnehmen dieser letzten Arten geführt, die wohl auf ihre Weise nützlich, aber in übermäßiger Zahl vorhanden, verheerenden Schaden unter den Brutten der kleinen Singvögel anrichten. Wohl macht auch der Sperber Jagd auf Kleinvögel, doch fallen ihm in erster Linie die schwächeren Exemplare zur Beute. Es entsteht damit eine natürliche Auslese, die nur die gesunden und lebenskräftigen Kleinvögel zur Fortpflanzung kommen läßt. Je mehr sich aber eine Vogelart ausbreitet, um so mehr wird sie unter der Beute der Greifvögel vertreten sein, so daß, wenn letztere in genügender Zahl vorhanden sind, viel eher mit einem natürlichen Ausgleich gerechnet werden kann.“

Und bei uns in Österreich? Darüber ist auf S. 4 Betrübliches nachzulesen

REKLAMEUNWESEN UND ABWEHR

Du drehst die Frührnachrichten auf. Statt des Wetters aber hörst du eine Bierreklame. Du gehst auf die Straße, bemüht dich, die schreienden Reihenplakate nicht zu beachten, schaut zum Himmel auf — und erblickst ein Luftschiff mit dem Namen einer Schnapsfabrik. Drei Flugzeuge ziehen Buchstabenschweife hinter sich her, die du weder entziffern kannst noch willst.

Mit Recht ärgerst du dich über solche und andere Zudringlichkeiten und nimmst dir vor, diese Artikel nicht zu kaufen.

Was aber geht an rücksichtsloser Marktschreierei in anderen Ländern vor?

In USA müssen sich die Fahrgäste der öffentlichen Verkehrsmittel pausenlos Reklamegegröhle aus Lautsprechern anhören. Der Fahrer darf das Zeug nicht abdrehen. Wie kom-

men die Leute dazu, sich so anplärren zu lassen? Bisher sind 21 Großstädte mit dieser Lärmplage — zusätzlich zu der des Straßenlärms — schon verseucht, „erfaßt“ sollen alle anderen werden. 15—20 Millionen Staatsbürger werden solcherart täglich geplagt. Natürlich wehren sie sich dagegen. Universitäten weisen auf die Lärmgefahr hin und darauf, daß solche Vergewaltigungen „den Buchstaben und den Geist der Gesetze verletzen“. Alles vergeblich. Heilig ist nicht das Leben der Bürger, sondern der Satz „Geschäft ist Geschäft“

Da von USA schon einiges Fragwürdiges zu uns gekommen ist — Gangsterfilme, Schundliteratur in Bilderfolgen, Rotbemalung der Lippen, der Hand- und Fußnägel, alkaloidhaltige „Erfrischungsgetränke“, die zur Cocain-sucht führen u. a. m. — können wir damit rechnen, daß auch bei uns die Skrupellosen an solche Werbung denken. Ansätze dazu gibt es ja schon.

Aber Europa wehrt sich dagegen.

In Paris gibt es keine Flugzeugreklame.

In Westdeutschland gibt es eine „Arbeitsgemeinschaft gegen die Auswüchse der Außenreklame“, Hilchenbach, Westfalen. In ihrem Nachrichtenblatt — Nachdruck gestattet und erwünscht! — bringt sie Beispiele des Schlechten und dessen Abwehr. In der uns vorliegenden Ausgabe, Okt.-Dez. 1957, wird darauf hingewiesen, daß die Reklame für Schnaps und andere Alcoholica ungeheure Fortschritte macht. Namen von Firmen, die mit riesigen Schildern neben den Straßen, mit grellfarbigen Neonlichtern über den Häusern der Kleinstädte, mit Plakaten, die ganze Scheunewände bedecken, brutal auf die Sehnerven hindreschen, werden angeführt. Aber man berichtet auch, wie Gemeinden und Landkreishörden die Entfernung solcher Auswüchse der Reklame veranlassen.

Wir fragen uns: Würde der ÖNB, wenn er hier einmal eingreifen müßte, mit der Hilfe der Behörden rechnen können?

Blei

Der „Arbeitsgemeinschaft gegen die Auswüchse der Außenreklame“ in Hilchenbach/Westfalen entnehmen wir die nachstehende Ausführung über die Außenreklame für Arzneimittel: Während die Apotheken früher im Schaufenster wie an den Außenwandflächen völlig reklamefrei waren, wippt und schaukelt es heute fast kirmesmässig in den Schaufenstern für alle möglichen Zaubermittel. Die meisten Apotheken tragen auch neben den Türen auf Schildern und Thermometern u. dgl. Reklamen für die meistgefragten Arzneien.

Ähnliches gilt für die zahllosen Coca-Cola-, Libella-, Traubi-, Chabesade-, Almdudler-, Lixade-Schilder und Schilderchen, die heute schon jedes Dorfgasthaus verunstalten und vershandeln!

ZOBODAT - www.zobodat.at

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [Natur und Land \(vormals Blätter für Naturkunde und Naturschutz\)](#)

Jahr/Year: 1959

Band/Volume: [1959_1-3](#)

Autor(en)/Author(s): Blei Leo

Artikel/Article: [Reklameunwesen und Abwehr. 28](#)