

**Stahl-Einbauwanne NAHTLOS**  
Kuhn Nr. 2012

**Ein grosser Erfolg**

**WARME**  
stahl - spannungsfrei - nahtlos

**EMAILLE**  
hochwertig - staubbeständig - schlagfest

**BEWECHT**  
13 Kilo - Müheless Transport

**BAUQUEWANN**  
Ba. Inter. Experte. 21. System. garantiert  
korrosion und Fäulnis bestnd.

**Die Praxis beweist:**  
Die stahl Kapillare bewirkt bei dieser Wanne des geringen Linienschnitt wie die  
bisher bekannten Messingwannen. Der Körper schmeckt sich gut im stahlgepolterten  
Badung es ist unvollständig weniger der Gefahr, auszunutzen. Der Rausgeruch  
im Badezimmer geht nicht auf Kosten der Bequemlichkeit; die Wanne ermöglicht  
einen Bänder in ergonomischer Körperhaltung ein Zubehör mit überdickten  
Schalen, sowie bei durch gestreckten Knien.

**Unser Angebot:**

**Nr. 2012 Sanitär-Kuhn-Stahl-Einbauwannen NAHTLOS**  
wie einem Säule, Halbzogen, mit integriertem profilierten Ablauf, innen und über die  
Wulst dreifach mit einer weichen Emaille, aussergrundemillert, in Durch-  
schweißnahtqualität; ohne Fuß-Unterlagen, mit Kalter-Ab- und Oberlaufventil  
Nr. 210/70, flexibel versetzbar, samt Stöpsel und Abgabelte.

**Größe:** 160 x 70 cm ..... Fr. 285.-

**Mehrpriis für Fuß-Unterlagen aus Stahl, ausstellbar, mit  
mit isolierten Aufhängescheiben ..... Fr. 15.-**

**Preis:** inklusive d. ab Lager Zürich, ohne WUST

**Kuhn** **SIEBENMANN, HEMMELER & CO**  
ZÜRICH 23 SIKLIQUAI 75 TEL (0 51) 23 27 86





## RAUM UND GESTALT TU GRAZ

# Die Vermarktung des Bauens

# Die Vermarktung des Bauens

Wir nähern uns dem modernen Bauen über die Vermarktung seiner Bauprodukte und -stoffe. Dazu schauen wir uns die Werbung in Architekturzeitschriften des 20. Jahrhunderts aus verschiedenen Ländern an, wie zum Beispiel Baumeister aus Deutschland, Arkitekt aus der Türkei, das Werk aus der Schweiz oder Architectural Forum aus den USA.

Die Werbeanzeige verkörpert wie kaum ein anderes Medium die vergangene Gegenwart dieser Publikationen und liefert eine eigene Chronologie des vermeintlichen Fortschritts im Bauen.

Wie werden die in den Anzeigen enthaltenen Produkte angepriesen? Welche Qualitäten werden hervorgehoben? Wie verändert(e) die Einführung bestimmter Bauprodukte unser Handwerk? Gibt es eine Verbindung zwischen den Anzeigen und dem eigentlichen Inhalt der jeweiligen Zeitschrift? Geht es nur um die bauliche Anwendung, oder immer auch um das Transportieren bestimmter Lifestyles und Trends im Leben mit diesen Produkten? Was steht im Text, was sehen wir in den Bildern?

Ausgehend von diesen Untersuchungen gestalten wir unsere eigene Kampagne und drucken sie in Siebdruck und Acryl.

Lehrveranstaltung: 151.905 SE Atmosphäre

Kapazität: max. 20 Studierende

Einführung: Mittwoch, 13.03.2024, 16.30 Uhr

Studio Rechbauer [AT02100], Rechbauerstraße 12

Bilder

Badewannen Werbung, Das Werk: Architektur und Kunst, Band 37, 1950

Asbest-Zement Abstellgleis Werbung, Gold Bond Bauprodukte, 1958