

Zeitschrift: Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art
Band: 61 (1974)
Heft: 2: Spitalbauten = Hôpitaux

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: 17.03.2025

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

Zum Inhalt des Heftes

Überall in der Schweiz werden Spitäler gebaut oder beendet. Diese grossen Unternehmungen sind zur Erneuerung der Strukturen und sozialen Institutionen unseres Landes gehörig, in dem es unter dem Druck der Notwendigkeiten unumgänglich wurde, die alten, zwischen dem Ende des 19. und dem Anfang des 20. Jahrhunderts entstandenen Krankenhäuser wieder aufzubauen.

Das sich dem mit dem Spitalbau konfrontierten Architekten stellende Problem liegt vor allem in einem sehr kompletten Programm. Darüber hinaus ist dieses Programm in ständiger Wandlung begriffen. Daher sind die Spitäler eher «Pflegemaschinen» als Baudenkmäler.

Die in diesem Heft gezeigten Beispiele tragen in verschiedenem Masse dazu bei, das Vorgehen der Baumeister zu erhellen. Doch haben wir das in unseren Augen beispielhafteste Bauwerk im Ausland suchen müssen, in Kanada. Jenes ist es, das die zukunftsweisenden Lösungen und Formeln zeigt, die wahrscheinlich die Architekten von morgen wählen werden.

Neue Aufmachung

Dieses neue Heft von *Werk/Œuvre* weiht eine Formel ein, die wir im Laufe des Jahres weiterverfolgen möchten: dem allgemeinen, einem gegebenen Thema gewidmeten Teil der Zeitschrift eine Reihe von Untersuchungen und Artikeln über verschiedene Themen beizufügen. Dadurch werden wir imstande sein, die Information abwechslungsreicher zu gestalten und dem Zeitgeschehen besser Rechnung zu tragen. Wir hoffen, dass diese Lösung bei unseren Lesern Anklang findet.

Zu den Inseraten

Manchmal erhalten wir Leserbriefe, die sich über «Annoncenpakete» zwischen gewissen Kapiteln der Zeitschrift beklagen. Da die Struktur des vorliegenden Heftes gerade solche Reklameblöcke zwischen den redaktionellen Seiten aufweist, möchten wir unseren Lesern diese Art der Aufmachung, die sie manchmal irritieren kann, erklären. Die Werbung war immer eine der Haupteinnahmequellen für eine Fachzeitschrift. Im Jahre 1973 z. B. machen die Inserate 73% der Einnahmen aus gegenüber 27% durch Abonnements. Diese Situation bringt mit sich, dass die Inserenten bei der Art, wie ihr Beitrag veröffentlicht wird, zu Rate gezogen werden möchten. Sie können sich immer weniger mit dem, was sie «Annoncenfriedhöfe» nennen, begnügen: ein einziger Reklameblock von 30 bis 70 Seiten, am Anfang oder am Ende des Heftes.

Aus diesem Grunde wurde beschlossen, kleine «Annoncenpakete» zwischen die Hauptkapitel des Heftes zu legen, welche jedoch nie einen Artikel in seinem Verlauf unterbrechen. Es schien uns, dass nur diese Formel sowie den Inserenten als auch den Lesern Genugtuung bieten konnte, unter Berücksichtigung der vitalen Interessen der Zeitschrift. Wir hoffen, dass unsere treuen Abonnenten für die Gründe dieser Entscheidung Verständnis zeigen, dank deren die Zeitschrift ihnen mehr redaktionelle Seiten und reichere und verschiedenartige Information bieten kann.

Red.

Editorial

Partout, en Suisse, se construisent ou s'achèvent des hôpitaux. Ces vastes entreprises relèvent d'une rénovation des structures et des institutions sociales de notre pays, où, sous la pression des nécessités, il a été nécessaire de reconstruire les anciens établissements hospitaliers édifiés entre la fin du XIXe et le début du XXe siècle.

Le problème qui se pose pour l'architecte confronté à l'hôpital réside essentiellement dans un programme d'une complexité considérable. En outre, ce programme ne cesse de se transformer. C'est pourquoi les hôpitaux sont avant tout des «machines à soigner» plutôt que des monuments.

A des degrés divers, les exemples que nous présentons dans ce numéro contribuent à éclairer la démarche des bâtisseurs. Pourtant l'œuvre, à nos yeux, exemplaire, il nous a fallu la rechercher à l'étranger, au Canada. C'est elle qui prédit les solutions et les partis pour lesquels opteront vraisemblablement les architectes de demain.

Nouvelle formule

Ce numéro de *Werk/Œuvre* inaugure une formule que nous voudrions poursuivre tout au long de l'année: à savoir, adjoindre à la partie générale de la revue, consacrée à un thème donné, une série d'études et articles sur des sujets différents. Cela nous permettra de mieux diversifier l'information et de tenir compte des besoins de l'actualité. Nous espérons que cette solution donnera satisfaction à nos lecteurs.

Au sujet des annonces

Des lettres de lecteurs nous parviennent parfois qui déplorent la présence de «paquets» de pages d'annonces entre certains chapitres de la revue. Profitons de ce que la structure de ce numéro comporte précisément de tels blocs de publicité entrecoupant le développement des pages rédactionnelles pour expliquer à nos lecteurs ce mode de faire qui peut les irriter.

La publicité a toujours été l'une des sources essentielles de revenus pour une revue spécialisée. Pour l'année 1973, par exemple les annonces représentent 73% des revenus, par rapport à 27% provenant des abonnements. Cette situation implique que les annonceurs veulent être consultés en ce qui concerne la manière dont est publiée leur contribution. Ceux-ci, de plus, ne peuvent se contenter d'être relégués dans ce qu'ils nomment «des cimetières d'annonces»: un bloc unique de matériel publicitaire groupé en 30 à 70 pages de publicité au début ou à la fin de la revue.

C'est la raison pour laquelle a été adoptée la formule consistant à répartir de petits «paquets» d'annonces s'intercalant entre les principaux chapitres du numéro, mais n'interrompant jamais un article dans son développement. Il nous est apparu que seule cette formule pouvait donner satisfaction aux annonceurs comme lecteurs, tout en tenant compte d'impératifs vitaux pour la revue. Nous espérons que nos fidèles abonnés comprendront les raisons de ce choix, grâce auquel la revue peut leur apporter un plus grand nombre de pages rédactionnelles et une information plus riche et diversifiée.

Réd.