

Die Reklame im Stadtbilde.

Beherzigenswerte Grundsätze für Gestaltung und Anbringung von Reklamezeichen im Stadtbilde sind vom Städtischen Baupflegeamt in Coest aufgestellt worden. Wir entnehmen ihnen das Folgende:

Gemäßigte Reklame ist im heutigen geschäftlichen Wettbewerb unentbehrlich und kann bei künstlerischer Gestaltung das Stadtbild beleben. Reklame-Auswüchse müssen im öffentlichen Interesse bekämpft werden. Unbegrenzte Häufung der Gewerbezeichen schädigt die Geschäftswelt, da bei fortgesetzter gegenseitiger Ueberbietung die Ausgaben für Reklame eine unwirtschaftliche Höhe erreichen. Außerdem sinkt die Werbekraft der Reklame mit ihrer steigenden Häufigkeit. Je weniger Schrift und Bildzeichen dem Beschauer geboten werden, desto besser prägen sie sich ihm ins Gedächtnis. Je mehr ein Stadtbild mit Reklame angefüllt wird, desto mehr stumpfen die Augen seiner Bewohner gegen die Reklamewirkung ab. Künstlerisch geformte Werbezeichen werden mehr beachtet als andere, einfach geformte rascher verstanden als unruhige, solche in wenigen, klaren Farben wirken stärker als buntscheckige.

Anbringung.

Werbezeichen müssen sich in Größe und Form dem Straßenbilde und Gebäude, wo sie angebracht werden, anpassen.

Bei Fachwerkbauten werden sie am besten in die ausgemauerten Felber so eingeordnet, daß die sichtbaren Konstruktionshölzer (Ständer, Riegel, Schwellen und Balken) freibleiben.

Wo der Eindruck eines Fachwerkbauens durch Wandschilder gar zu sehr gestört wird, wird die Behörde Vorstehzeichen gern zulassen.

Bei Bauten aus Werkstein, deren Wirkung meist wesentlich auf den Steinflächen und dem dünnen Netz der schmalen Fugen beruht, werden Schilder und angestrichene Flächen am besten ganz vermieden und nur gemalte oder Metallbuchstaben unmittelbar auf den Steinflächen angebracht. Ähnliches gilt häufig auch für Pukbauten.

A u f s c h r i f t e n .

Einfache Aufschriften, auf die Wandfläche in Bemalung oder durch Anbringung von Relief-Buchstaben hergestellt, sind billiger und meist weniger störend als besondere Schilder. Sie lassen sich leicht verändern oder entfernen.

Grellfarbiger Grundanstrich schädigt meist den Eindruck des Gebäudes. In vielen Fällen können die Buchstaben ohne besonderen Hintergrund unmittel-



Neubau in der Herrenstraße zu Raseburg.
(Entwurf von Architekt Arp-Raseburg.)

bar auf die Fläche aufgebracht werden. Wo ein Grundanstrich nötig ist, sollte grelles Weiß vermieden werden. Ein getönter Grund wirkt weniger blendend und läßt darum die Schrift besser sprechen. Gut ist helle Schrift — sie muß nicht immer weiß sein — auf dunklem Grunde.

S c h i l d e r .

Emaill-Schilder und Glastafeln können durch Steinwürfe leicht verletzt werden und lassen sich nicht ausbessern. Grelleweiße und spiegelnde Flächen sind nicht zu empfehlen. Holztafeln — am besten abgesperrt aus mehreren Dicken — werden zweckmäßig durch einfach profilierte Leisten umrahmt und zugleich gegen Regen abgedeckt.

Markenschilder zur Anpreisung einzelner Waren (wie Maggi, Manoli, Müserbräu u. a.) entsprechen keinem lebenswichtigen Geschäftsbedürfnis und wirken, da sie überall und häufig auftreten können, abstumpfend und ermüdend auf die Käufer. Besonders verfehlt ist ihre Anordnung auf Gebäude=Sozellanflächen.

V o r s t e h z e i c h e n

können nur in beschränkter Zahl zugelassen werden und schädigen sich bei gehäuftem Auftreten gegenseitig. Sie sind aber zu empfehlen, wo bemerkenswerte Gebäude in ihren Flächen von Werbezeichen möglichst nicht verdeckt werden sollen. Für künstlerische Gestaltung und gute handwerkliche Durchbildung bieten sie ein dankbares Feld: Klempner, Schmiede, Schlosser können an Laternen, Fahnen=schildern und Auslegern ihre Fertigkeit zeigen.

Uebereinanderliegende, Winkel- und mehrfach gebrochene Schilder können nicht zugelassen werden. Bildzeichen der einzelnen Berufe (Barbierbecken, Hobel bei Tischlern, Brezeln bei Bäckern u. a. m.) werden rascher aufgefaßt als Worte, sind also sehr werbekräftig. Reklame an Vorgärten und an Garteneinfriedigungen kann nur unter besonderen Bedingungen zugelassen werden. Schaukästen und Pfeilerschilder müssen in einfachen Formen gehalten sein, die Räten schon aus Verkehrsgründen möglichst flach.

S c h r i f t.

Die Wahl der Schriftform und =Größe ist von entscheidender Bedeutung für die Werbekraft. Einfach stehende römische (Antiqua=) oder deutsche (Fraktur=) Schrift ohne Künstelei und Zieraten tut die beste Wirkung. Breite und nicht zu magere Buchstaben wirken, besonders in der so häufigen Verfürgung durch seitliche Ansicht, meist besser als schmale, gequetschte, vergrößerte Handschrift und Kursivschrift; schräge und gezwungene Wortanordnungen sind im allgemeinen zu vermeiden.

Je mehr Worte ein Geschäft anbringt, desto weniger werden gelesen. Es ist von größter Bedeutung, daß die Schrift den zur Verfügung stehenden Raum in schöner Weise füllt oder aber schmückt.