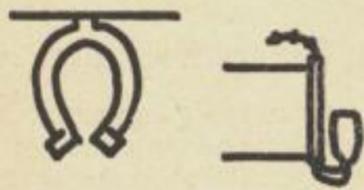


# FIRMENSCHILD UND TÜRSCHILD, HANDWERKSZEICHEN UND SCHAUKASTEN

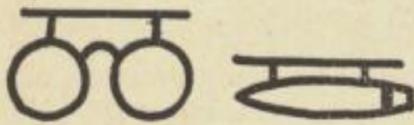
## Die Reklamewirkung des Firmenschildes



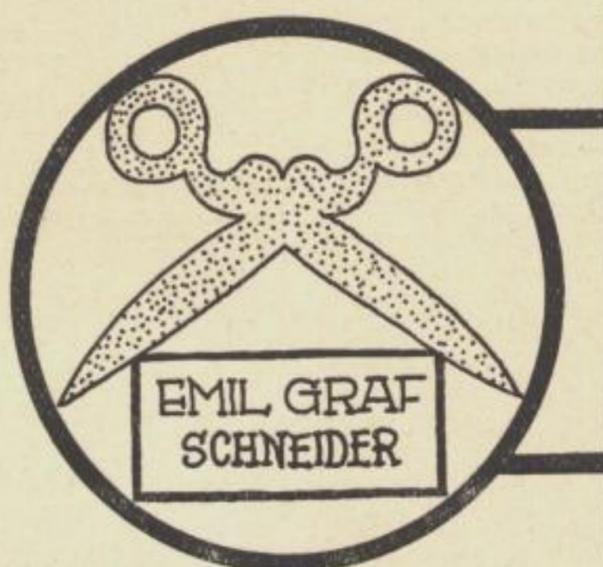
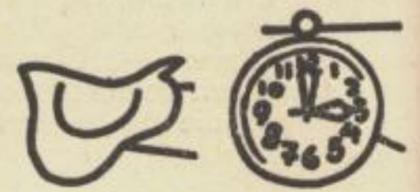
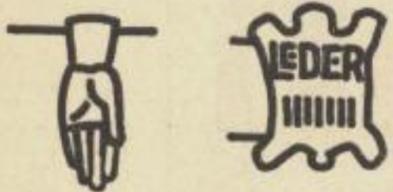
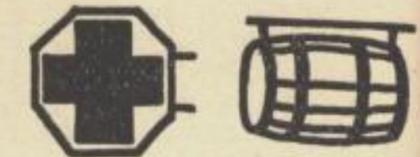
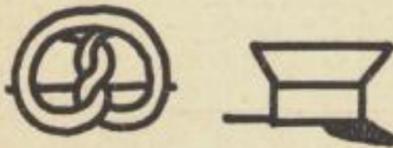
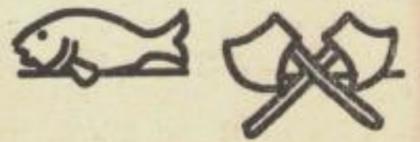
Es gibt alte und jugendliche, sanfte und robuste, kleine und große, zurückhaltende und aufdringliche, leserliche und unleserliche — also wirksame und unwirksame Reklameschilder.



Der Anruf des Passanten, der vom Straßenschild ausgeht, kann sehr schwach und sehr vernehmlich klingen. Sache des denkenden Schneiders ist es, keine Aushängeschilder für sein Geschäft zu dulden, die ihren Zweck nicht oder nur unzulänglich erfüllen. Die Schilder- und Schriftreklamen der Konfektion treten meist gleich brausenden Akkorden auf. Sorge der Schneiderfachmann dafür, daß wenigstens der eine Reklameton, den sein Schild darstellt, kräftig und hell erklinge. Schilder müssen zur Umgebung abgestimmt sein und doch auch wiederum Kontrastwirkung suchen, wenn man ihnen das Zeugnis „gut“ ausstellen soll.



Die Armseligkeit eines verbrauchten Schildes zwischen sauberen und guten Firmenanzeigen verbreitet eine Vorstellung der Minderwertigkeit vom Geschäft und umgekehrt, ein sauberes, hervortretendes Firmenschild besonders in Wohnungsgegenden mit wenig Schildreklamen fällt doppelt auf. Je nach Ausstattung wird das Schild ein nichtssagender Wegweiser oder der imponierende Portier eines Geschäfts werden. Besonders Schneider, die ihren Beruf als Geschmacksberater in allen Angelegenheiten „der äußeren Fassade der Menschen“ erblicken, dürfen in der Ausgestaltung ihrer äußeren Geschäftsfassade keine Geschmacklosigkeit und keine Vernachlässigungen dulden. Das alte, verbrauchte Schild, vielleicht rissig und unleserlich, das oft seit 10 oder 20 Jahren vom Namensträger selbst unbeachtet hängt, kann natürlich nicht als äußerer Repräsentant einer Firma wirksam sein; im Gegenteil, es verdächtigt das Geschäft als veraltet, unmodern, geschmacklos. Die Nichtachtung solcher scheinbarer Kleinigkeiten verrät, daß die Grundelemente und Voraussetzungen für vorwärtstrebende Geschäfte nicht erkannt wurden, und daß durch Nichtachtung wichtiger Werberegeln eine Hemmung für die Geschäftsentwicklung entstand. Deshalb sollte jeder Fachmann darauf sehen, auch das Äußere seines Geschäfts jederzeit in gutem Zustande zu erhalten, damit eine gute Meinung davon in die Öffentlichkeit der Straße getragen werde.



Mauerwerk



Schneider-Handwerkszeichen, aus Eisen, die Schere blattvergoldet, ist eine gute Reklame. Zu beziehen vom EMZ-Verlag. Nebstehend Vorschläge für Reklamelaternen