

Emailplakate – glänzende Reklame für Markenartikel



Berlin-Prenzlauer Berg, Drogerie Haan, Oderberger Straße/Ecke Kastanienallee, um 1900.
ARCHIV WUNDERLICH · Erfurt, Colonialwaren – Spirituosen – Tabak & Cigarren Richard Mechel, Johannesturm.
INSTITUT FÜR DENKMALPFLEGE, MESSBILDARCHIV BERLIN

Seit den 1880er Jahren bis ungefähr 1960 waren Emailplakate und -schilder die wohl auffallendsten Werbemittel überhaupt. Sie erlebten ihre hohe Zeit etwa von 1900 bis 1935, danach begann ihr allmählicher Niedergang. Eng verknüpft mit der europäischen Wirtschaftsgeschichte und vor allem der Entwicklung der modernen Eisenbearbeitung ermöglichte diese ihre Herstellung in hervorragender Qualität. Sie sind wichtiger Bestandteil in der europäischen Werbegeschichte und überliefern uns herausragende gebrauchsgrafische Entwürfe in einem äußerst reizvollen Material. Die Entwicklung der Emailplakate ist auf Engste mit den um die Wende vom 19. zum 20. Jh. entstehenden Markenartikeln als Fertigware von über lange Zeit hinweg gleichbleibender, sich vielleicht allmählich verbessernder Qualität und unveränderter Menge in der Verpackung verknüpft. Sie verliehen dieser im Zusammenspiel mit Papier- und Blechplakaten, Inseraten, Reklamemarken, Blechbüchsen, Werbeaschenbechern und anderen Reklameobjekten eine besondere Eindringlichkeit. Und trugen wesentlich dazu bei, dass sich Markennamen wie »Odol«, »Maggi«, »Persil«, »Erdal«, »Oetker« nicht nur als Name, sondern vor allem als unverwechselbarer Schriftzug, als »Wortmarken«, einprägten.

Im Gegensatz zu ihren Verwandten aus Papier und Blech waren sie sehr langlebig, ihre Wirkdauer wurde mit wenigstens 20 und bis zu 100 Jahren angegeben. Das prädestinierte sie, nicht nur am Ladengeschäft, sondern auch an Zäunen, Hauswänden oder Scheunen dauerhaft glänzend und leuchtend ihre Markenbotschaft zu verkünden. Und brachten vor allem Heimatschützer gegen sich auf, die von einem regelrechten »Blechpest« sprachen und ihr massenhaftes Anbringen eindämmen wollten.

Knappe Form, intensive Farbe, einfühlsame Linienführung und lesbare Schrift führten zum Werbeerfolg. Nicht selten kam ein einprägsames und unverwechselbares Bildmotiv wie der »helle Kopf« von Oetker, der »Erdalfrosch«, die »Maggi-Flasche« oder der »Leibniz-Keks« hinzu. Auch abgebildete Verpackungen steigerten den Wiedererkennungseffekt. Dabei spielten die gebrauchsgrafischen Entwürfe von erfolgreichen Künstlern wie Lucian Bernhard, Leonhard Fries, Julius Gipkens, Ludwig Hohlwein, Hans Lindenstaedt oder Edouard Scotland eine Rolle. Die stilistischen Einflüsse des Jugendstiles um 1900, des Art déco und auch des Bauhauses nach 1920 sind ebenso zu beobachten, wie populäre, manchmal naturalistische Zeichnungen wie auch fotografische Umsetzungen.

Kurze Technikgeschichte 1



Anzeige Email-Plakate Marke Torpedo, Frankfurter Emailier-Werke Otto Leroi GmbH.

Anzeige Email-Plakate Ferro-Email, Aetz- & Emailierwerke C. Robert Dold, Offenburg-Baden.

Anzeige Peters Emaille-Schilder u. Plakate, Emaillierwerk Peters, Elberfeld.

Die Herstellung der Emailschilder ist ein Zusammenspiel einzelner Prozesse. Am Anfang steht die Wahl des Bleches. Verwendet wurde Gusseisen oder Eisenblech, das vor dem Emaillieren geformt wird, um Verwerfungen beim Brand zu verhindern. Als stabilisierende Formen kommen Bombierung (Wölbung), Abkantung oder Sicken (flaches Blech mit gewölbtem Rand) infrage. Meist wurden die Rohlinge in Eisen- oder Stanzwerken, manchmal dem Emaillierwerk angeschlossen, gefertigt. Anfänglich wird das Blech zur Vorbereitung einem Entspannungsglühen unterzogen, dabei wird noch anhaftendes Fett entfernt, damit das Grundemail besser haftet. Anschließend werden vom Blech in einem Beizbad mit Anteilen von Schwefel- und Salzsäure eventuell anhaftende Zunder- oder Oxydschichten beseitigt. Das schwarze bis graublau Grundemail wird danach durch Spritzen oder Tauchen aufgetragen. Es muss besonders hitzebeständig sein, da ein Emailplakat mehrmals gebrannt wird.

Email ist eine Glasmasse, die durch Zusammenschmelzen der Hauptbestandteile Feldspat, Quarz, Flussspat, Soda, Kalkspat, Kryolith, Salpeter bei ca. 1200 Grad und darauffolgendem Abschrecken in kaltem Wasser vorzerkleinert wird. Dann wird es zu einem feinen Pulver zermahlen.

Deckemail unterscheidet sich prozentual in seiner Zusammensetzung vom Grundemail. Es besteht vor allem aus Feldspat, Borax, Quarz, Kryolith, Antimonoxyd, Kalisalpeter. Verschiedene Metalloxyde werden für die Farben zugesetzt. Hohe Anteile von Borax, Soda, Feldspat, Zinkoxyd und der Zusatz von Bleioxyd konnte die Elastizität des Emails verbessern, denn sie waren sowohl Witterung als auch mechanischer Beanspruchung ausgesetzt. Da die Schilder mit Lebensmitteln eher nicht in Kontakt kamen, war bleihaltiges Email kein Problem.

Kurze Technikgeschichte 2



Schablonen aus Blei für ein Hinweisschild in Schwarz-Weiß. ARCHIV WUNDERLICH
Beispiel eines Emailschildes, hergestellt im Einfüllverfahren mit fünf Farben.

Für den Auftrag der Farbe, bzw. der grafischen Gestaltung gab es mehrere Methoden. Auf das Grundemail kam zuerst eine weiße Schicht Deckemail, das bringt die Farben zum Leuchten. Meist wurde das gespritzt, also das Glaspulver mit Wasser angerührt. Anschließend folgte ein Brand bei ca. 720 bis 820 Grad. Die Technik des Farbauftrages verlangte großes handwerkliches Geschick und Können. Die Konturen der Schriften wurden häufig mit keramischen Farben gezogen und die entstehenden Felder mit farbigem, dickflüssigem Emailslicker ausgefüllt. Die keramische Farbe verbrannte im Ofen.

Ein anderes Verfahren ist das Schablonieren mit zwei, einander ergänzenden Schablonen. Über die erste wird flüssige Emailfarbe gespritzt, wenn sie trocken ist, kommt die zweite Schablone darüber, der Spritzvorgang wird wiederholt, denn nun sind auch die Stege der ersten Schablone weggespritzt. Der Vorgang wurde auch umgekehrt angewandt: Das ganze Schild wird mit farbigem Emailslicker gespritzt, nach dem Trocknen eine Schablone aufgelegt, die all das verdeckt, was später als Bild oder Schrift stehen bleiben soll. Der nun sichtbare Email-

slicker wird, wenn er getrocknet ist, manuell oder maschinell ausgebürstet. Jeder Vorgang des Ausbürstens verlangt einen neuen Brand, man arbeitete vom Hellen ins Dunkle.

Bei aufwendigen Bildvorlagen benutzte man verschiedene Umdruckverfahren, zum Beispiel mit einem Umdruckpapier, das zuvor lithographisch mit keramischer, feuerfester Farbe bedruckt und festgewalzt wurde. Man konnte mit fetthaltigen Farben drucken, die man dann mit Emailpuder bestäubte. Der Puder blieb nur auf den bedruckten Stellen haften. Ab den 1920er Jahren wurden auch fotomechanisch vervielfältigte Vorlagen benutzt. Hinzu kamen Stempel oder Abziehbilder, wie sie auch in der keramischen Geschirrproduktion üblich sind.

Abschließend wurde das fertig dekorierte Schild noch mit Transparentemail überzogen, das dem Produkt nach dem letzten Brand eine glänzende und die empfindlichen keramischen Farben schützende Oberfläche verschaffte. In seltenen Fällen verwendeten die Emailleure Leuchtemail, durch Zusatz von radioaktiven oder phosphoreszierenden Substanzen, sie ermöglichten leuchtende Werbung bei Nacht.

Die Sammlung



Greiling Zigaretten, Union-Werke Radebeul, um 1925.
Fyffes, Ferro-Email, C. Robert Dold, Offenburg-Baden, um 1920.

Die Sammelleidenschaft erfasste die Familien Wunderlich & Kühne Ende der 1970er Jahre. Den Anfang machte ein Schild »Fromm's Gummischwämme«, gefunden im Sperrmüll in Leipzig. Eigentlich sollte mit der Sammelei der »verrosteten Bleche« nicht auch noch begonnen werden, aber wie das mit Leidenschaften ist, man kann sie schlecht ausblenden. So kam im Laufe der Zeit ein Schild zum nächsten, kleine, größere, völlig intakte und halb verrostete. In dieser Zeit hingen noch viele Schilder an den Hauswänden, Ladeneingängen, waren schon als Barriere am Gartenzaun oder als Abdeckung auf der Regentonne gelandet. Mit Überredungskunst und Bezahlung wechselte das Emailschild schnell seinen Besitzer. Garagen- und Kellerfunde kamen hinzu, wenn man im Freundeskreis von der Sammelleidenschaft berichtete – ein guter Tausch war die »Luxfrau« gegen eine Flasche Wilthener Weinbrand. Man gab Anzeigen in Zeitungen auf, stellte schöne Beispiele

und eine Suchanzeige beim Antiquitätenhändler ins Schaufenster. Irgendwann begann eine gezieltere Jagd nach einzelnen besonders schönen oder auffälligen Emailplakaten, es kam auch zum Tausch innerhalb der großen Sammlergemeinde in der DDR, die sich allerdings nicht immer gegenseitig den Sammlererfolg gönnte. Zu Flohmärkten musste man schon sehr früh, bestenfalls mit Taschenlampe, anreisen, um ein seltenes Schild zu ergattern.

Die intensive Sammelleidenschaft und die Auseinandersetzung mit den Spezifika des speziellen Werbemittels mündete in der Veröffentlichung »Emailplakate – Ein internationaler historischer Überblick«, 1991 erschienen. Die Autorin Sylke Wunderlich beschäftigt sich ausführlich mit der Geschichte der Emailplakate aber auch mit den grafischen Entwürfen, ihren Urhebern sowie mit der einmaligen und komplizierten Technik.