

64. STADTWAPPEN UND REKLAME

Seit längerer Zeit hat sich die Sitte eingebürgert, Stadtwappen und dergleichen bei geschäftlichen Reklamen des Hotel- und Gastgewerbes, auf Drucksachen, auf Gegenständen aller Art zu verwenden. Man benutzt sie als schmückendes Beiwerk, setzt sie auf Briefköpfe, auf die Umschlagseiten von Werbeschriften und verbindet sie zuweilen mit dem eigenen „Kennzeichen“ zu einer allegorischen Zeichnung. Unter den Reiseandenken ist es namentlich der kleine silberne Mokkalöffel, auf dem man das Stadtwappen als Stielkrönung findet, während den Hohlraum des Löffels irgendeine Sehenswürdigkeit der Stadt in Emailmalerei schmückt. Auf Aschenschalen begegnet man dem Wappen und auf Trinkbechern. Die Kofferetiketten der mondänen Hotels zeigen, außer einer bildlichen Darstellung des Hauses oder einer bemerkenswerten Erscheinung aus der Stadt oder der Landschaft, zuweilen auch das Stadtwappen. Auf dem Porzellan mancher Hotels begegnet man dem Stadtwappen ebenfalls. Man könnte von der Anwendung des Wappens mit Wilhelm Busch singen: „Ersteres wird gern geübt, weil es allgemein beliebt!“ Mit demselben Recht könnte man dann jedoch fortfahren: „Aber wenn die Kosten kommen, fühlet man sich angstbeklommen!“ Denn tatsächlich kann es geschehen, daß die Verwendung eines Stadtwappens mit Kosten verknüpft ist, die wenig Freude machen, weil man an sie nicht gedacht hatte!

Ich meine die mißbräuchliche, die unerlaubte Verwendung des Stadtwappens. Es dürfte eine Bekanntmachung des Rates zu *Dresden* von allgemeinem Interesse sein, die er Anfang 1926 im Amtsblatt erließ. Sie lautet:

„Wiederholt ist von Handels- und Gewerbetreibenden das Dresdner Stadtwappen auf Drucksachen, bildlichen Darstellungen, Ansichtspostkarten, Reiseandenken oder anderen Gegenständen angebracht worden, und mehrfach werden solche