

Auf der Suche nach einem prägnanten Apothekensymbol

Elisabeth Huwer, Heidelberg / Löwe, Adler, Einhorn und viele andere Embleme waren seit langem die Wahrzeichen der Apotheken. Ende der 1920er-Jahre wurde der Ruf nach einem eindeutigen und unverwechselbaren »Logo« laut. Nahezu gleichzeitig wurden der Fachöffentlichkeit ganz unterschiedliche »einheitliche Kennzeichnungen« präsentiert.

Viele Apotheker verwendeten als Erkennungssymbol seit der Wende zum 20. Jahrhundert das »Schweizer Kreuz«, ein weißes Kreuz auf rotem Grund. Zwei Gründe sprachen aber trotz der guten Verbreitung dagegen. Die Schweiz sah die Nutzung des Staatswappens für andere als eidgenössische Zwecke mit Missfallen und war bestrebt, dies mindestens einzudämmen, wenn nicht gar ganz zu verbieten. Darüber wurde in der Fachpresse in den 1920er-Jahren immer wieder berichtet. Zum anderen war das Zeichen nicht eindeutig, denn auch viele Drogerien trugen das weiße Kreuz.

Modernes Leuchtschild

Im August 1929 stellte die von Berliner Apothekern 1904 gegründete Handelsgesellschaft Deutscher Apotheker (Hageda) in der Deutschen Apothekerzeitung ein »Apothekerzunftschild« vor, »das die Apotheke von der Drogerie unterscheidet und nicht, wie das früher viel benutzte Emblem – Weißes Kreuz auf rotem Grund – von der Drogerie mitbenutzt werden kann. Um nun in Zukunft die Apotheke dem arzneibedürftigen Publikum schon aus weiter Ferne erkenntlich zu machen, und um die Apotheke von der Drogerie deutlich unterscheiden zu können, wurde ein Leuchtschild, das nur Bezug auf die Apotheke hat, herausgebracht...«.

Das Zeichen war technisch hochmodern, denn es war elektrifizierbar, und wurde außerdem patentrechtlich geschützt. Als Blickfang im weißen Kreuz wählte man »die heilige Aesculap-Schlange mit der Schale«. Dieser Entwurf fand standespolitische Unterstützung. Der Deutsche Apotheker-Verein begrüßte und empfahl in den Fachzeitschriften die Verwendung des Hageda-Zeichens. Auch die Apotheke von Heinrich Salzmann (1859 bis 1945), bis 1933 langjähriger Vorsitzender des DAV, wurde damit beworben.

Schon ein Jahr später vermeldete ein Werbeprospekt, dass in rund 180 Städten Deutschlands das moderne Leuchtschild bestens eingeführt sei.

Die Idee für ein einheitliches Emblem hatte jedoch nicht nur die Hageda aufgegriffen. Im selben Jahr ließ der Gau Hamburg des DAV Entwürfe für ein Apothekenwahrzeichen anfertigen, die jedoch an-

scheinend nicht zur Umsetzung kamen. Auch die Firma Wenderoth-Kassel brachte ein schildförmiges neues Wahrzeichen auf den Markt, das in einer roten Scheibe am rechten Rand einen senkrechten und am unteren Rand einen waagrechten weißen Streifen zeigte, also eine Art verschobenes Schweizer Kreuz.

Wettbewerb um das Wahrzeichen

Im Oktober 1929 rief zudem die damals weit verbreitete Fachzeitschrift für Kundenwerbung in der Apotheke, »Verunda«, einen Wettbewerb für ein einheitliches Apothekenwahrzeichen aus. Dabei wurde

Inhalt

Wertvolle Neuerwerbung: Zwei Holzstandgefäße um 1500	2
Auf der Suche nach einem prägnanten Apothekensymbol	3
Impressum	4
Stadt-Apotheke Bautzen: Wertvolle Privileg-Bestätigungen	5
Mesopotamien: Zauberschalen und Harmelrauten	7
Fernsehstars: Drehtermin im Museum	8

ausdrücklich bestimmt, dass weder das Schweizer Kreuz noch ein rotes Kreuz als Element vorkommen dürfen. Die Ausschreibung wurde als Reaktion auf die bisher auf den Markt gebrachten Zeichen be-

Die vornehme wirkungsvolle Kundenwerbung der deutschen Apotheke!

APOTHEKE

Heute Nachtdienst

Preis des Einheitschildes Mk. 200
mit Zusatzschild „Heute Nachtdienst“ „ 250

Auf Wunsch zahlbar in 5 Monatsraten!

Maße: Höhe ca. 80 cm, Breite ca. 100 cm, Tiefe ca. 20 cm
D. R. G. M. Nr. 101 479

Fachkreise, Presse und Publikum sind sich einig daß durch die Schaffung unseres Transparentes das Problem des einheitlichen Zunftzeichens der deutschen Apotheke in standesgemäßer, wirkungsvoller Form gelöst ist

Berlin W: Bank-Apotheke (Dr. H. Salzmann) Tagesaufnahme

Das weiße Kreuz mit Äskulapsschlange und Kelch wurde 1929 von der Hageda auf dem Markt eingeführt. Der Werbeprospekt aus dem Jahr 1930 wirbt mit einem Foto der Apotheke des damaligen Vorsitzenden des Deutschen Apotheker-Vereins, Heinrich Salzmann. Inv.-Nr. VII A 1100.