

Warszawskie neony | materiał pomocniczy

W dwudziestoleciu międzywojennym w Warszawie wyróżniały się reklamy „Radio Telefunken”, „Komunalna Kasa Oszczędności”, „Puder Antiba” „Mydło Rewolwer” firmy Majde, „Porter, piwo, wódki – Haberbusch i Schiele”, „Koniak likiery Stock”, „Gotuj na gazie” (zachęta do zamiany kuchenek węglowych na gazowe), „Ludwik Spiess i Syn” (materiały apteczne i medykamenty) oraz „Pijcie piwo żywieckie”. O tej ostatniej reklamie wiemy, iż świeciła na niebiesko i czerwono.

Reklamy neonowe koncentrowały się w Śródmieściu jeszcze w kilku innych miejscach, m.in. przy skrzyżowaniu Alej Jerozolimskich z Nowym Światem. Na dachu sześciokondygnacyjnej kamienicy, która stała w miejscu obecnego skweru przy ul. Smolnej, piętrzyła się reklama mydła Jeleń słynnej firmy Schicht (fabryka przy ul. Szwedzkiej, powojenna Pollena), wyposażona w sylwetkę tytułowego zwierzęcia i zegar „cyfrowy”. Po drugiej stronie Nowego Świata (kamienica w miejscu obecnego Empiku) świecił równie potężny neon dachowy z wielkim wizerunkiem opony samochodowej i napisem „Polska opona Stomil”.

W istnej kakofonii przekazów reklamowych na początku lat 30. przeważała barwa czerwona w różnych odcieniach, kupcy uważali bowiem, że ten kolor jest najbardziej zauważalny. Zalew czerwieni i powszechnie stosowane pulsowanie napisów wywołały obawy władz miasta o dostateczną widoczność pierwszych montowanych ówczesznie sygnalizatorów świetlnych i o stan zdrowia oczu przechodniów. W 1933 r. miasto wprowadziło szczegółowe przepisy, rezerwując sobie możliwość blokowania montażu reklam z nimi niezgodnych. W przypadku czerwonych neonów można je było montować dopiero powyżej sześciu metrów nad trotuarem, semaforowe zaś – powyżej trzech metrów, przy czym żadne neony nie mogły pulsować, a co najwyżej zapalać się i gasnąć. Przy okazji udało się niemal zupełnie wyrugować malowane szyldy i płachty reklamowe, w co dziś trudno uwierzyć.