

Udtjent emalje gør comeback

Engang var de bare reklamer for margarine, smøger og kaffe. I dag er interessen for emaljeskilte i stor vækst, for de er symbol på godt håndværk og tilfører kolorit og humor til private hjem.

MARIE VARMING

Halvtreds tusinde kroner for et gammelt, bulet reklameskilt. Det lyder måske af meget, men priserne på gamle danske emaljeskilte er på vej op i det niveau, hvis man spørger auktionshuse og forhandlere. Interessen er stærkt stigende, fortæller Mette Rode Sundstrøm, som er administrerende direktør for Lauritz.com, der ligesom kollegerne hos Bruun Rasmussen oftere og oftere har emaljeskilte under hammeren.

»Gamle emaljereklameskilte er både smukke og dekorative og bliver hurtigt et interessant samtaleemne på linje med for eksempel overraskende kunst på væggen. Emaljeskiltene fortæller jo om vores nære, fælles, dagligdags kulturhistorie«, siger Mette Rode Sundstrøm.

Barndommens skilt

I Søborg sidder Jens Ove Hansen i sin store butik, hvor han blandt andet sælger emaljeskilte. Han har samlet på skiltene, siden han som barn kom i en kammerats hjem i Hellerup, hvor der var en stor samling.

»Typografien alene er jo en fortælling om et tabt kunsthåndværk. Alle typografierne på emaljeskiltene er udviklet af nogle af landets bedste grafikere og arkitekter«.

Han oplever, at det er de farverige motiver, som driver interessen blandt almindelige købere, men derudover er håndværket fascinerende for mange.

»Emaljeskilte kan hænge ude i regn og rusk i mange år. Det eneste, der kan ødelægge et emaljeskilt, er stenslag«, fortæller Jens Ove Hansen.

I gamle dage var det til stor morskab for gadedrenge at smide sten på emaljeskilte og høre den sprøde lyd, når emaljen sprang. Det betyder, at mange af de emaljeskilte, som er til salg i forretninger, på loppemarkeder og på auktioner, er ødelagt af stenslag.

»Det betyder meget for en samler, om skiltet er ødelagt. De kan som regel restaureres, men så bliver prisen lavere«, siger Jens Ove Hansen, som dog også selv foretager de kontroversielle restaureringer.

Retroguf

Mange af emaljeskiltene hang frit tilgængeligt på offentlig vej i gamle dage. Blandt andet hang der altid stribevis af emaljeskilte i formatet 59 x 59 cm på alle S-togs-stationer i hovedstadsområdet.

det. Da de blev pillet ned for mange år siden, blev de fleste af dem kasseret som skrot, men de, som blev reddet, er mange penge værd i dag.

»Sådan et som det der kan få mange samlere til at falde i svime«, siger Jens Ove Hansen og peger på et emaljeskilt, som reklamerer for Kawo-korsetter.

»Det kan jeg nok sælge for 15.000 kroner«, siger han.

Hos Lauritz.com mærker man også den stærkt stigende interesse for de gamle reklameskilte.

»I takt med at retrobølgen er strømmet ind over os de senere år, er også de fantastiske gamle emaljeskilte blevet stadig mere populære. Hammerslagene er nærmest eksploderet de sidste par år på de bedste og mest sjældne skilte«, fortæller Mette Rode Sundstrøm.

Hun ser to typer mennesker, der køber emaljeskilte på auktion.

»Dels passionerede samlere, der altid er på jagt efter det næste skilt til deres samlinger. Dels folk, der interesserer sig for indretning af hjemmet, og som gerne vil indrette sig personligt, farverigt og med humor«, fortæller hun.

En dyr løsning

At fremstille skilte i emalje var ikke nogen billig metode. Emaljeskilte skal nemlig påføres emalje - en form for porcelænslegering - og brændes for hver farve. Det vil sige, at man først lægger grundfarven, brænder og afkøler skiltet. Så tager man næste farve, som skal påføres, brændes og afkøles. Derfor var skiltene flere dage undervejs. Blandt andet derfor blev emaljeskiltene udfaset, i takt med at tv-reklamer og reklameplakater holdt deres indtog.

Men så sent som i 1991 forsøgte Tuborg sig med fremstilling af emaljeskilte med et Squash-motiv. Nok ikke så meget for den gængse reklameværdi lige nu og her, men mere som en langsigtet strategi.

»De kostede nok omkring 500 kroner per styk at fremstille, og det er jo ret dyrt, men langsigtet er det genialt, for de vidste, at de ville få en værdi ved at komme ind og hænge for evigt i folks private hjem«, siger Jens Ove Hansen, som har et enkelt af Squash-skiltene til salg i sin forretning.

Selv om Jens Ove Hansen gladelig har et skilt fra 1991 hængende i forretningen, er der ingen tvivl om, at det er førkrigstidens skilte, han brænder for. Dem kan man kende på den buede overflade, hvorimod de nyere skilte er helt flade. Farverne har dog alle dage været klare, og i modsætning til malerier og anden kunst falmer emaljefarve aldrig.

»Vi ser jo altid kun sort-hvide billeder fra 20'erne, men som man kan se, var der jo masser af farve på hverdagen og så dengang«, siger Jens Ove Hansen.

spis&bo@pol.dk



AMERIKABÅDEN. Emaljeskilt fra Svenska Amerika Linien, New York og Canada. Det er fremstillet hos Glud og Marstrand i 1936 og måler 71 x 61 cm. Det fremstår med senere monteret aftageligt emaljeskilt og små afslag på hjørnerne. Hammerslag: 35.000 kroner. Foto: Lauritz.com



HAT OG STOK.

Emaljeskilt fra Adamas Cigarettes er tegnet i 1927 af Aage Lippert og fremstillet hos Johs. Thejll i 1928. Selv om skiltet har rust og skader, gik det for 21.000 kroner. Foto: Lauritz.com



AVISSÆLGER. Emaljeskiltet fra Berlingske Tidende, som måler 15 x 10 cm, blev vurderet til 1.000 kroner, men hammerslaget lød på 10.500 kroner. Foto: Lauritz.com