

48. Lichtreklame.

Als der Weltkrieg ausbrach, hatte die Lichtreklame auch in Deutschland und Österreich technisch eine bemerkenswerte Höhe erreicht, sowohl im wirklichen als auch im übertragenen Sinne. Die Dachfirsten der Hotels, Fremdenheime, Restaurants, Kaffeehäuser, Bars, Dielen, Tanzsäle usw. sandten Lichtfluten in das Dunkel der Nacht und wiesen dem Wanderer den Weg. Wer Nachts aus dem Bahnhof auf die gut erleuchtete Straße trat, konnte wegen des Findens einer Unterkunftsstätte nicht in Verlegenheit kommen. Viel eher setzte ihn die Fülle der durch Lichtreklame sich anbietenden Hotels in Verlegenheit. Vielgestaltig war diese Reklameform, die nur durch das Wunder der Jetztzeit, den elektrischen Kraftstrom, möglich geworden ist. Hier strahlendes Weiß, dort Buntfarbigkeit; hier feststehende Riesenlettern, dort wechselnde, sich ständig erneuernde Schreibschrift.

Das wurde mit einem Schlage anders, als der Weltkrieg die furchtbare Kohlennot brachte. Jedwede Art Lichtreklame wurde verboten. Den einst feenhaft erleuchtet und beleuchtet gewesenen großen Hotels und sonstigen Gaststätten wurde die lächerlich kleine Anzahl der Birnen vorgeschrieben, die sie im Innern des Betriebes und an den Straßenfronten brennen durften. Das bekannte Zitat aus Schillers Wallenstein war in Deutschland Triumph geworden: Nacht muß es sein, wo Friedlands Sterne strahlen! Im Deutschland der Kriegs- und Nachkriegszeit hatten die Sterne und der Mond für die öffentliche Beleuchtung aufzukommen. Lichtreklame konnte man mit ihnen aber nicht machen.

Kein Wunder, daß die Lichtreklame in Vergessenheit geriet, ihre technische Weiterbildung und Vervollkommnung anderen Ländern überlassen werden mußte. Auf diesem Gebiete hatten die Vereinigten Staaten von Nordamerika, leider, die Führung übernommen. Die zehn Jahre lang buchstäblich im Dunkeln gehaltenen Deutschen konnten sich bis vor kurzem kein Bild mehr davon machen, was unter dem Begriff „Lichtreklame“ eigentlich zu verstehen ist, was heutzutage alles geboten werden kann. In einer deutschen Großstadt, in München, wurde im Herbst 1924 ein Ladengeschäft eröffnet, in dem ganz neuartige Beleuchtungseffekte angewendet worden waren. Also nicht einmal Lichtreklame, sondern nur Innenbeleuchtung. Dichte Scharen Neugieriger standen vor dem Haus und drückten sich an den Schaufenstern die Nasen platt. Im Sommer 1914, zehn