



Titania Palast,  
Kino in  
Berlin-Steglitz  
(Durchleuchtung  
und  
Anstrahlung)

Zweierlei Ansprüchen der Werbung wird dabei Rechnung zu tragen sein:

Der Forderung nach Dauerwirkung, und der Möglichkeit, wechselnde Werbungen zu zeigen.

Für die Dauerwirkung ist eine architektonische Lösung der Lichtreklame und ein zwangloses Eingliedern in den Bau erste Forderung. Je strenger und disziplinierter sich das Licht in die Architektur einordnet, um so stärker und eindrucksvoller wird die Wirkung sein.

Titania Palace,  
Cinema in  
Berlin-Steglitz  
Lighted from  
behind and with  
flood-lighting

Das Licht ist seinem Wesen nach unräumlich. Es zeichnet graphisch, flächig oder kubisch je nach seiner Anwendung als Lichtlinie, als Anstrahlung oder als Ausleuchtung. Die Variationen dieser Ausdrucksmittel lassen architektonisch außerordentliche Möglichkeiten zu – in die „Sachlichkeit“ unserer Bauten zwingt das Licht die Phantasie! Für die wechselnde Werbung, wie sie Inventurausverkäufe, Weihnachtsmessen, Werbung für einen bestimmten Artikel usw. verlangen, gelten andere Forderungen wie für die Dauerwirkung: Hier wird es mehr auf die Originalität der Idee, auf Reihewirkung, Ausnutzung der Schaltmöglichkeiten und dergleichen ankommen.