

2. Die Beleuchtungsstärke muß genügend hoch sein, denn wer wird sich der Mühe unterziehen, im Halbdunkel die Ware in einem Schaufenster zu betrachten? Von Wichtigkeit ist hierbei, daß dunkle Waren, welche viel weniger Licht zurückwerfen als helle, natürlich eine entsprechend höhere Beleuchtungsstärke verlangen. Ferner fordert die Ökonomie des Wirtschaftslebens, daß aller Lichtstrom auf die Ware geworfen wird und nicht etwa auf die Straße oder an die Decke des Schaufensters. Die lichttechnischen Firmen haben dies erkannt und entsprechende Leuchten konstruiert.

Die künstliche Beleuchtung ist, sofern sie richtig angewandt wird, leichter zu handhaben, und kann, wie hieraus folgt, bessere Wirkungen als das Tageslicht hervorrufen. Warum?

Wir können das Strahlenbündel beliebig richten und damit nur auf die ausgestellten Waren werfen, außerdem können wir die Farbe unserer Lichtquelle ändern und haben noch dazu größere Kontrastmöglichkeiten gegen die nur dürrig künstlich beleuchtete Straße. Es steht uns die ganze Skala des Regenbogens zur Verfügung und außerdem sind wir keinen Witterungseinflüssen wie Wolkenbildung usw. bei der künstlichen Beleuchtung unterworfen.

3. Die Schatten sollen im allgemeinen nicht zu hart sein. Das Sehen wird zum Schauen durch den Kontrast, durch den Wechsel von Licht und Schatten und bei sehr nahen Gegenständen durch das stereoskopische Sehen. Im Schaufenster kommt vor allem die erste Methode des Erkennens in Frage, wobei außer den Eigenschaften die Schlagschatten eine wesentliche Rolle spielen. Eine punktförmige Lichtquelle wird harte Eigenschaften hervorrufen, während mehrere großflächige Leuchten mit gerichtetem Lichtstrom bei heller Dekoration bedeutend weichere Schatten verursachen werden. Der Dekorateur verlangt nun für jede Ware eine „beste“ Beleuchtung, d. h. eine bestimmte Tiefe der Schatten. Diese notwendige Anpassungsfähigkeit der Beleuchtung wird man dadurch erreichen, daß man außer den Leuchten an der Innenseite der Außenwand noch gern verdeckte Zusatzbeleuchtung um die Schaufensterscheibe anbringt (z. B. Soffittenbeleuchtung), die je nach der gewünschten Schattenstärke mehr oder weniger eingeschaltet wird.

4. Das Sonnenlicht wie das zerstreute Tageslicht haben als Grundcharakter die weiße Farbe, aber bei näherer Prüfung hat sich ergeben, daß selbst in der Natur die Farbmischung der sieben Regenbogenfarben im Laufe eines Tages recht merklichen Schwankungen unterworfen ist. Wir brauchen es also bei der künstlichen Schaufensterbeleuchtung nicht so genau mit der Farbmischung zu nehmen. Wir wissen, daß die künstliche Beleuchtung andere Farbeffekte hervorruft. Nur in Sonderfällen werden wir also der Nachahmung des natürlichen Lichtes besondere Rechnung tragen (Blaufilter).

5. Im Gegensatz zum Punkt 4 ist die Vermeidung jeglicher Blendung, also die Überbeanspruchung des Auges, ein sehr wichtiger Punkt. Der Kaufmann will seine Ware in das rechte Licht setzen, d. h. der ausgestellte Gegenstand soll die höchste Helligkeit (Leuchtdichte) im Schaufenster erhalten, denn dadurch wird er zum Magneten, zum Blickfänger. Das bedeutet, daß wir auf keinen Fall die Lichtquelle selbst in Blickrichtung aufhängen dürfen, denn hierdurch würde ja die Lichtquelle die höchste Leuchtdichte haben und nicht die ausgestellte Ware. Also fort mit den Leuchten aus dem

Gesichtsfeld des Beschauers. Die Lichtquelle muß mithin verdeckt angeordnet werden. Spiegelnde Rück- und Seitenwände sind zu vermeiden, weil auch durch indirekte Blendung (Spiegeln der Lichtquelle an der Rück- oder den Seitenwänden) der Beschauer im mühelosen, klaren Erkennen der ausgestellten Waren gehindert würde.

Einen Rat möchten wir dem Praktiker noch geben. Man lasse die Schaufensterleuchten gleich mit Vorrichtungen zum Anbringen von farbigen Scheiben (Filtern) versehen.

Vor einem Fehler sei noch im besonderen gewarnt. Man hänge die Schrägstrahler auf keinen Fall vor die Schaufensterscheibe, weil sonst unfehlbar Spiegelung in der Scheibe eintritt.

Bewertung der Schaufensterbeleuchtung¹⁾

Die offensichtlichen Fehler der Schaufensterbeleuchtung gaben Veranlassung, eine Bewertung und Klassifikation der in Großstädten vorliegenden Schaufensterbeleuchtungsanlagen durchzuführen. In der folgenden Abbildung sehen wir den Zustand der Schaufensterbeleuchtung 1925 in Berlin dargestellt, ein nicht sehr erfreuliches Bild. Ver-

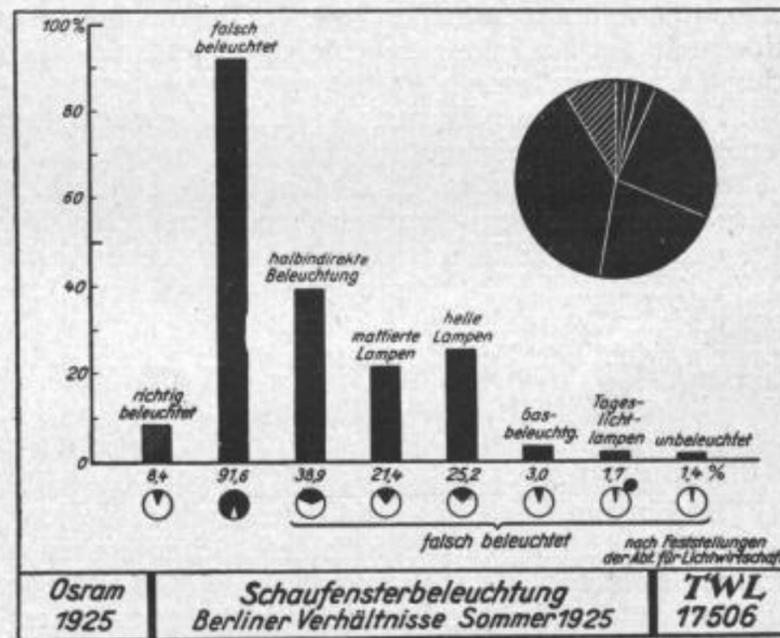


Abb. 3

gleichen wir damit London, Paris und Rom, so zeigt sich kaum ein Unterschied. Das Niveau der Schaufensterbeleuchtung in Paris und Rom ist entschieden dem Berlins noch unterlegen, während London – wenigstens in den Hauptgeschäftsstraßen – sich Berlin etwa gleichwertig an die Seite stellen kann.

Das subjektive Empfinden spielt aus mancherlei Gründen bei der Bewertung der Schaufensterbeleuchtung die Hauptrolle, während man technisch-photometrisch nur mit großen Schwierigkeiten einen Vergleich erreichen könnte:

Die Hauptgesichtspunkte für die Bewertung der Schaufenster sind daher folgende:

1. Die Beleuchtungsstärke bzw. die Helligkeit (Leuchtdichte) der ausgestellten Waren.
2. Die Blendung, die Überbeanspruchung des Sehprozesses durch zu viel Licht in Blickrichtung bzw. Ablenkung.

1) Für nähere Angaben siehe: Dr.-Ing. Pulnoky, Bewertung und Klassifikation von Schaufensterbeleuchtungsanlagen. „Licht und Lampe“, Heft 10, 1926.

Kommt zur Reichstagung Magdeburg vom 18. bis 22. August!