

Schaufenster und Reklame

Lichtreklame

Sofort nach Aufhebung der die Lichtreklame einschränkenden Bestimmungen der Kriegs- und Uebergangswirtschaft wurden in den Großstädten überall wieder die Leuchtschilder und die großen Lichtreklamen an Fassaden und auf Dächern in Betrieb gesetzt, ein Zeichen, daß die Sparsamkeit mit der Reklamebeleuchtung eine erzwungene war. Und in der Tat, nichts ist nachteiliger für ein Geschäft als Sparsamkeit mit der Beleuchtung. Mit Recht sagt Theo Eck in seinem Buche vom Streben, Handeln und Organisieren: „Wie oft kann man z. B. beobachten, wie zwei Konkurrenten, die sich gegenüberwohnen, verschiedene Wege einschlagen, um zum Ziele zu gelangen. Der eine hat in seinem Fenster drei elektrische Kohlenfadenlampen von geringer Leuchstärke, denn — er glaubt sparen zu müssen. Sein Konkurrent hingegen erleuchtet die Straße durch die dreifache Anzahl Lampen, er setzt dadurch seine Waren ins rechte Licht und lockt die Kunden heran. Das Geschäft des anderen geht im gleichen Maße zurück; in seiner Kurzsichtigkeit glaubt er noch sparsamer sein zu müssen, er zündet die Lampen nun zehn Minuten später an und brennt von jetzt ab anstatt der drei Lampen nur noch zwei, denn — er kommt ja sonst nicht auf die Kosten! In demselben Verhältnis aber, wie sein Laden dunkler wird, kann der Konkurrent die Lichtfülle erweitern, denn seine Einnahme steigert sich!“

Wie die Motten zum Licht, so drängt sich das Publikum an das hellerleuchtete Schaufenster. Wer einmal des Abends einige Straßen durchwandert, kann leicht beobachten, wie der Menschenstrom, der an schlechtbeleuchteten Schaufenstern vorbeihastet, dort stockt, wo besondere Lichtfülle lockt.

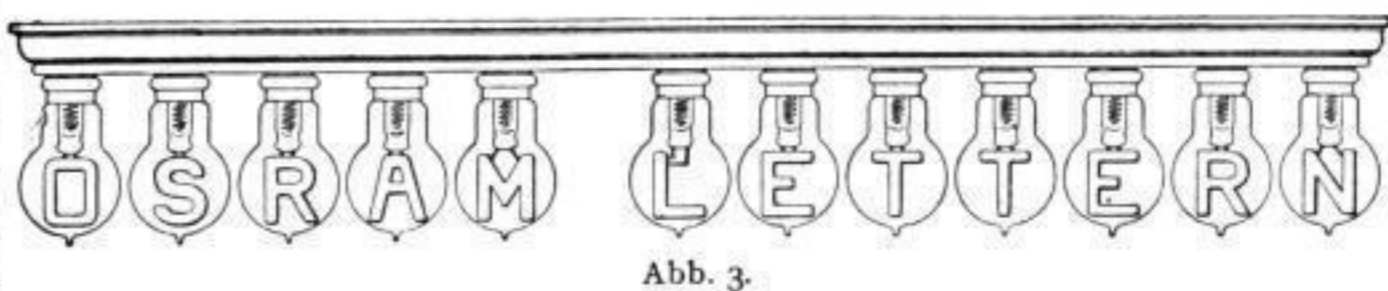
Der moderne Geschäftsmann begnügt sich aber nicht damit, während der Geschäftsstunden sein Schaufenster „ins rechte Licht zu setzen“. Er wirbt auch nach Geschäftsschluß Kunden, indem er dafür sorgt, daß auch den abend-

lichen Passanten sein Name und die Lage seines Geschäfts immer wieder vor Augen geführt wird. Dazu bedient er sich ebenfalls der Lichtreklame. Hierbei helfen ihm besonders zwei in der letzten Zeit auf den Markt gekommene Hilfsmittel, die Glimmlicht-Lampen und die Reklameprojektoren.

Glimmlicht-Lampen sind elektrische Glühlampen, die aber, wie schon der Name sagt, nicht hell brennen, sondern in denen ein besonderes Gas durch zwei Elektroden zu einem milden rötlichen „Glimmen“ gebracht wird. Zunächst verbrauchen diese Lampen außerordentlich wenig Strom. Während beispielsweise die kleinste 220-Volt-Glühlampe etwa 14 Watt verbraucht, ist der Strombedarf einer Osram-Glimmlampe gleicher Spannung nur 3 bis 4 Watt; die Osram-Glimmlampe für 120 bis 130 Volt Wechselstrom benötigt sogar nur 2 bis 2 1/2 Watt; eine Glühlampe gleicher Spannung etwa 8 Watt.

Während die Glimmlampen zunächst nur als Signal- oder Markierlampen gedacht waren, hat man bald gefunden, daß sie sich für eine außerordentlich wirkungsvolle Reklame verwenden lassen, wenn man den Elektroden Buchstabenform gibt. Unsere Abb. 1 u. 2 zeigen zwei derartige Lampen in verschiedener Ausführungsform, mit stehenden und hängenden Buchstaben bzw. Zahlen. Die Abb. 3 zeigt, wie man durch Nebeneinschalten solcher Glimmlampen leuchtende Inschriften herstellen kann.

Eine weitere vorteilhafte Möglichkeit, leuchtende Inschriften für Reklamezwecke bei ganz geringem Stromverbrauch zu erhalten, bietet die Osram-Schriftglimmlampe, die unsere Abb. 4 in einer der verschiedenen Ausführungsformen zeigt. Die dazu verwendeten besonderen Glimmlampen haben eine große leuchtende Elektrodenfläche und tragen eine Hülle mit einer rechteckigen Oeffnung, die durch eine Schablone aus Zelluloid verschlossen werden kann. Die Schablone trägt die Schriftzeichen, Abbildungen



ZEH & SCHIEN, G. m. b. H.
Hanau a. Main

SPEZIALITÄT:
Aparte eingebaute Etuis, Schmuck- und Universal-
Etuils in jeder Preislage — Schaufenster-Etalagen

