

Das Transparent des Uhrenladens als Lichtreklamemittel

Kürzlich ging ich abends durch das Zentrum einer großen Stadt. Wunderbare Lichtreklame strahlte mir da entgegen, in den verschiedensten Arten und Größen. Da fiel mein Blick auf ein Quertransparent, d. h. auf einen jener erleuchteten Glaskästen, die, von den Hausfronten abstehend und auf die Straße hinausragend, den Namen oder das Warenzeichen eines Ladens in hellem Lichte zu zeigen pflegen. Dieses Transparent tat das nicht: es war ziemlich dunkel, das Glas verschmutzt und zerkratzt, und die anscheinend sehr schwache Lampe im Innern vermochte nicht, dem Ganzen ein erfreulicherer Aussehen zu geben. Das Transparent gehörte einem Uhrmacher. Das soll beiße nun nicht etwa heißen, daß Uhrenläden schlechte Transparente zu zeigen pflegen, nein, wohl aber zeigt dieser Fall, daß der Lichtreklame auch heute in einem Großstadtzentrum noch längst nicht die rechte Beachtung von allen Ladeninhabern gezeigt wird. Und das ist deshalb doppelt betrüblich, weil die Menschen des Publikums heute bereits an sehr gute Lichtreklame gewöhnt sind und daher ganz allgemein auch daran hohe Forderungen stellen, genau so wie an die Schaufenster von heute.

Da steht nun das Transparent gerade in den Monaten, wo das Tageslicht immer kürzer wird, für Reklamezwecke im Vordergrund. Denn wenn der Laden stundenlang im Dunkel liegt und die Schaufenster wohl erleuchtete Waren zeigen, aber nur selten auch einen erhellen Firmennamen, soll das Transparent schon von weither den Namen oder aber mindestens das Warenzeichen, zuweilen auch beides zusammen, also Uhr und Firma, gut sichtbar vor Augen führen. Das Transparent wird zur Groß-Visitenkarte. Ob diese Visitenkarte im rechten Winkel zur Hausfront steht, also zum Quertransparent wird, oder ob sie an der Hausfront selbst angebracht wird oder endlich noch anderswo, ist dabei ganz gleichgültig, immer hat sie eine wichtige Aufgabe zu erfüllen. Immer ist das Transparent gerade dem „kleinen Manne“ zu empfehlen, denn: es erfordert keine großen Anschaffungskosten, es verlangt nur wenige Lampen normaler Art, es läßt sich ohne Mühen anbringen und, wenn nötig, beseitigen. Daß es endlich auch eine gute Werbewirkung bei Tage haben kann, werden wir noch zeigen. Zunächst wollen wir die verschiedenen Arten von Transparenten näher betrachten.

I. Das Quertransparent

Das Quertransparent hat sich entwickelt aus dem einzigen einfachen Blechschild der Läden. Konnte dieses für Zwecke der Reklame in dunklen Stunden überhaupt nicht benutzt werden, so hat jenes dazu die besten Eigenschaften. Und da die an den Läden vorüberhastenden Menschen durch diese Art der Transparente ganz ungezwungen angerufen werden — denn die Transparente liegen ja unmittelbar in ihrem Blickfeld, d. h. vor den etwas nach oben gerichteten Blicken der Passanten —, so ist ihre Werbewirkung eine besonders gute. Dies vor allem dann, wenn man die Transparente nicht alltäglich beschriftet, sondern der Reklameschrift und etwaigen Bildern eine besondere Note gibt. In den letzten Jahren konnte man gerade auf diesem Gebiete der Lichtreklame schon viel Schönes finden.

Zuweilen entstand dieses Schöne als Folge gesetzlichen Zwanges. Baupolizeiliche Vorschriften setzen nämlich der Größe der Ausladung eines Transparentes, d. h. der Länge des Transparentes von der Hausfront aus nach dem Bürgersteig hin, eine bestimmte Grenze. Wer also auf seinem Transparent viel oder das Wenige in recht großen Buchstaben sagen wollte, mußte nun nach Neuem Ausschau halten, und so entstanden die bekannten Trans-

parente mit vertikaler Schriftanordnung, d. h. jene Transparente, bei denen die Schrift von oben nach unten, nicht von links nach rechts verläuft. Die Transparentkästen bekamen damit eine hohe und meist schmalere Form, und da diese Form auch heute noch als auffallend gelten darf — denn sie weicht ja von der üblichen Form eines Rechtecks von geringer Höhe ab —, so erzielt man ganz zweifellos mit solchen Vertikaltransparenten ein größere Aufmerksamkeit.

Die Horizontaltransparente in kleiner, rechteckiger Form sind noch immer die gebräuchlichsten. Sie tragen, genau wie die Vertikaltransparente, auf beiden Seiten Milchglas- oder Opalglasscheiben, auf denen die Firmennamen oder aber die Branchenbezeichnung oder beides zusammen sichtbar wird, sobald der Kasten erhellt wird. Am häufigsten treffen wir dabei auch heute noch auf weißes Glas mit schwarzer Schrift oder auf schwarzes Glas mit weißer Schrift. Man vergißt allzu leicht, daß es daneben noch viele andere Möglichkeiten gibt: Es können nicht nur für Weiß bzw. Schwarz andere Untergründe gewählt werden als die eben genannten, sondern es können auch überhaupt ganz andere Farbzusammenstellungen in Erscheinung treten. Notwendig wird dabei immer nur, daß man zwei Kontrastfarben wählt, die sich in ihrer Wirkung gegenseitig heben, so z. B. Blau und dazu Orange oder Gelb und dazu Indigoblau oder Rot und Grünblau und andere Zusammenstellungen mehr.

Zu achten ist gerade bei dem Quertransparent darauf, daß die beiden Glasflächen ein möglichst gleichmäßiges Licht bekommen. Dies erreicht man nicht schon dann, wenn man in den Leuchtkasten mehrere Glühlampen setzt, sondern notwendig wird außerdem, daß diese Lampen den richtigen Abstand von dem abdeckenden Glas bekommen. Hierbei bediene man sich des Rates eines Elektrofachmanns, der besonders erfahren in Fragen der Lichtreklame ist. Es kommt nun aber vor, daß aus irgendwelchen Gründen das Transparent nicht die eigentlich notwendige Tiefe erhalten kann; in solchen Fällen muß dann die Glasfläche in entsprechend kleine Quadrate aufgeteilt werden, damit nun noch mehr Lampen, natürlich von geringerer Wattzahl, in Tätigkeit treten können.

Foto-Studie der UHRMACHERKUNST!



Foto: Bohmbach

Fingerspitzengefühl!
Das Werk ist auf einen kleinen Klotz gestellt!