Umsatzsteigerung durch Licht

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Die Berner Woche in Wort und Bild : ein Blatt für heimatliche Art und Kunst**

Band (Jahr): **17 (1927)**

Heft 40

PDF erstellt am: **22.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-645985

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

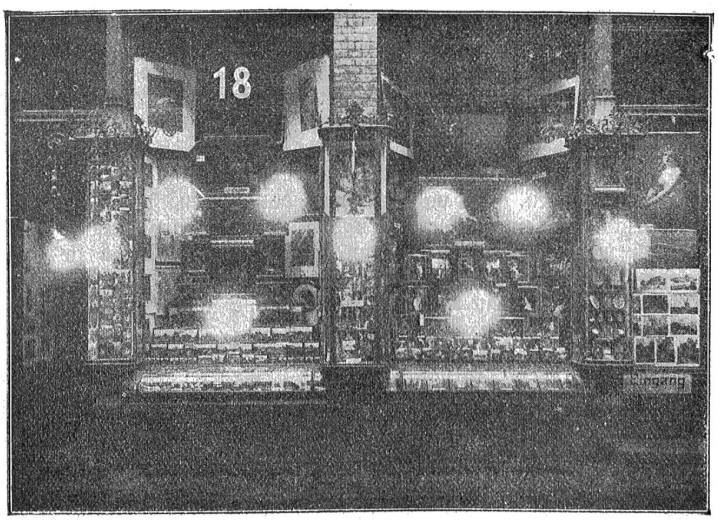
Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Umsatzsteigerung durch Licht.

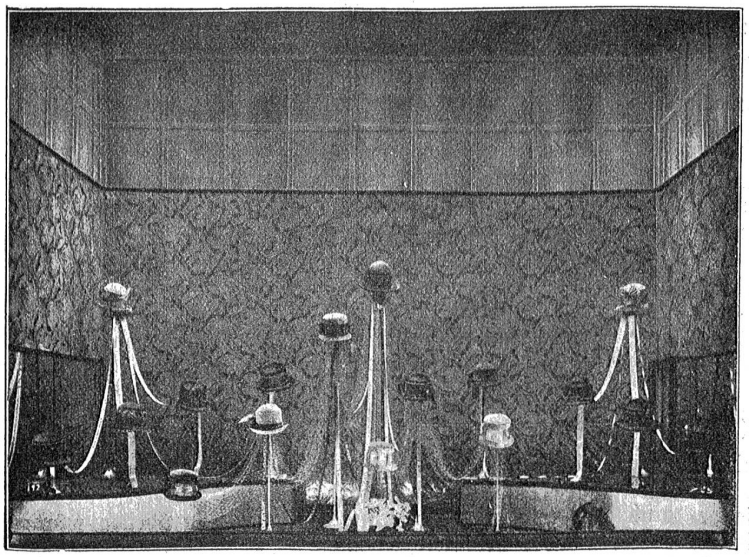
Wenn der Geschäftsmann auf die schöne Ausstattung seines Schaufensters größte Sorgfalt und Mühe verwendet, so tut er das in der richtigen Erkenntnis, daß dem Schaufenster eine außerordentliche Werbekraft inne wohnt. Die anlockende Wirkung des Schaufensters basiert selbstverständlich in erster Linie auf den Waren selbst. Sie müssen Qualität nicht nur haben, sondern sie vor allem auch zeigen. Das können sie nur, wenn sie gut beleuchtet sind. Bei Nacht sind alle Katzen grau, erst in vollem Licht erkennt man die Unterschiede und Feinheiten, kann abwägen und vergleichen. Viel wichtiger als das Tageslich ist hier die künstliche Beleuchtung. Die Hauptgeschäftszeit fällt in die Abendstunden; sie für das Schaufenster erfolgreich werden zu lassen ist die Aufgabe der künstlichen Beleuchtung. Das Licht kann hier zum Zauberstab werden, der alle Dinge, die er berührt, in Gold verwandelt. Nüchterner gesagt: Man kann mit der künstlichen Beleuchtung Effekte erzielen, wie sie bei Tageslicht nicht möglich sind, weil dieses sind weder hinsichtlich der Stärke beeinflussen, noch hinsichtlich der Richtung beliebig lenken läßt. Was hingegen mit künstlicher Beleuchtung erreichbar ist, zeigt die moderne Bühne. Sie muß sich der Geschäftsmann zum Vorbild nehmen für die Schaufensterbeleuchtung, denn das Schaufenster ist mit einer Schaubühne vergleichbar. Das Charakteristische der Bühnenbeleuchtung ist die Unsichtbarkeit der Lichtquellen. Auch für Schaufensterbeleuchtung ist sie oberstes Gesetz. Wer blendende Lampen in sein Schaufenster hängt, erzielt nur einen Scheinerfolg. Er lockt damit vielleicht die Straßenpassanten heran, vermag sie aber nicht zu fesseln, weil sie durch die blendenden Lichter belästigt und an der eingehenden Betrachtung der ausgelegten Waren behindert werden. Wie anders das Schaufenster mit versteckten Lichtquellen. Ungehindert fast erblickt man das Gesamtbild, um sich dann in die Einzelheiten zu versenken. Mit der Freude an der Betrachtung schöner, vorteilhaft beleuchteter Waren wächst der Wunsch, sie zu besitzen. Die Kauflust wird geweckt und steigert sich zum Kauf selbst.

Betritt dann der gewonnene Käufer den Laden, so muß ihn auch hier freundliche Lichtfülle empfangen, damit er mühelos schauen und wählen, damit er auch schnell bedient werden kann. Auch im Geschäftsraum dürfen keine blendenden Lichtquellen sich in den Gesichtskreis drängen. Sie würden in gleichem Maße Käufer und Verkäufer stören.



Schaufenster mit blendenden Lampen.

Wenn der Geschäftsmann im Schaufenster und Laden für reichliche und gute Beleuchtung sorgt, aber Blendwirkungen der Lampen vermeidet, so wird er bald merken, daß gutes Licht zu einer Umsatzsteigerung verhilft.



Lampen sind in besonderen Reflektoren oberhalb des Schaufensters dicht an der Scheibe angebracht und durch Vorhang dem Auge des Beschauers entzogen.

„Kangarooing" in Australien.

Von Fritz Hunziker, Bern.

Die Kangaroojagd ist außer der Wasserwildjagd einer der wenigen Sports, denen man sich in den abgelegenen Gegenden des Innern des Landes hingeben kann; in erster Linie, weil es keine wilden Säugetiere gibt außer dem Dingo, der aber sehr scheu und nur weit im Innern anzutreffen ist. Füchse und Wildkatzen hat es wohl auch, doch ist die Jagd auf dieselben bei großer Buße verboten, weil sie die grimmigsten Feinde der Kaninchen, jener Landplage Australiens, sind. Obgleich die Kangaroos einen guten Teil des Grases, das nur spärlich wächst, für sich beanspruchen, so ist doch der Schaden lange nicht so groß wie bei den Kaninchen, zudem wird in den großen Schafzuchtgebieten seit Jahren jeder Besitz mit Drahtzäunen umgeben, damit diesen Beuteltieren der Zutritt unmöglich gemacht ist.

Kangaroos gibt es hauptsächlich im Südwesten, in den Gegenden des Murray und Darling und in den Niederungen westlich der Blue Mountains. Man unterscheidet hauptsächlich zwei Arten, nämlich das große, oder Riesenkangaroo, und das Rock-Wallopie, das mehr in den felsigen Gegenden anzutreffen ist. Wenn die Jagd systematisch betrieben werden soll, wird sie ziemlich kostbar, denn hiezu benötigt man in den wasserarmen Gegenden Süd-Australiens Kamele zum Wasser- und Proviantransport, Waffen und Munition, sowie Zelte zur Unterkunft. Die Jagdgesellschaft sucht sich ein Camp aus, möglichst in der Nähe einer Wasserader und von Baum- und Graswuchs wegen der Kamele. Früh morgens, wenn die Tiere zur Tränke kommen, wird die Stelle möglichst geräuschlos umstellt und drauflos zusammengeknallt, was vor das Rohr kommt; für den ganzen Tag ist allerdings dann jede weitere Chance vorbei, aber am andern Morgen wiederholt sich die Szene, bis das Wild endgültig verscheucht ist. Es ist dies jedoch eine Massenabschlächterei, die ich immer verabscheut habe und höchstens für die Kaninchenausrottung gelten lassen kann. Ich wenigstens bin nie mit dem Gewehr zur Kangaroojagd ausgezogen, wenn auch das Jagdgebiet noch so günstig war; ich war jeweilen nur mit einem festen Knüttel bewaffnet und mit meinem