

DAS EISENBahnABTEIL

Zu den Bildern auf den vorhergehenden Seiten

Wir veröffentlichen in diesem Heft den Beitrag eines Ingenieurs über den Bau von Eisenbahnwagen. Unsere Leser werden wohl kaum darauf aufmerksam gemacht zu werden brauchen, daß die Bilder von den Innenräumen nicht als vorbildliche Lösungen der Gestaltung hingestellt sein sollen, wenigstens nicht alle und vor allem nicht in allen Teilen. Doch wir halten es für richtig, von Zeit zu Zeit einmal ein Gebiet der Gestaltung vorzunehmen und einfach zu zeigen, was es heute gibt und was entsteht, so wie wir es auch einmal mit den Postbauten getan haben.

Unsere Stellungnahme zu diesen Beispielen und weiter ausgedehnt zum Problem des Innenraums der Verkehrsmittel überhaupt behalten wir uns für das nächste Heft vor. Hier sei nur auf die inter-

essante Tatsache aufmerksam gemacht, daß bei der Gestaltung der Wagenabteile und auch in geringem Maße bei der äußeren Gestaltung des Wagens so etwas wie eine besondere nationale Formensprache sich geltend macht. Oft ist es nur in äußerlichen Zutaten zu spüren, oft bestimmt es aber die ganze Haltung, wie bei dem schwedischen D-Wagenabteil. Je mehr es sich im Detail auswirkt und je mehr man einen Salon aus dem Speisewagen macht und das durch Ornamente und Stuhlgebilde zu erreichen sucht, die dem stilgemäßen Wohnraum entnommen sind, desto unsinniger erscheint die Übertragung des Wohnraums auf den Eisenbahnwagen wie bei den abgebildeten Wagen der englischen Bahn. Das haben wir auch an der Zeppelinkabine gesehen.

R U N D S C H A U

BERLIN IM LICHT

Die Veranstaltung hat den Erfolg gehabt, daß sie nicht nur das breite Publikum, sondern vor allem auch die Geschäftswelt auf die Bedeutung der Auswertung des Lichts für Reklamezwecke aufmerksam gemacht hat. Darüber hinaus hat sie auch gezeigt, wie unendlich schwer es ist, das Licht gewissermaßen von außen her in die Straßen und an die Bauten heranzutragen. All diese Versuche, wie etwa die Milchstraße, eine Art Decke aus Glühlampen, die man über die ganze Leipziger Straße gezogen hat, und die farbigen Glühbirnen an den Bäumen Unter den Linden, sind doch nur eine Art Illumination und haben mit Lichtgestaltung weder für Reklamezwecke noch für Verkehrsbeleuchtung irgend etwas zu tun. Dabei ist zu sagen, daß es unverständlich ist, warum man diesen Glühlampenbaldachin gerade in die hellste Straße Berlins gelegt hat; man hätte doch von der Pressa lernen sollen, die eine ähnliche Illumination in einen dunklen Geländestreifen verlegt hat.

Immerhin ist versucht worden, ein Lichtfest nicht nur mit Anstrahlungen zu machen. Bei den Anstrahlungen hat sich wieder deutlich gezeigt, daß sie eine Wirkungsmöglichkeit nur in dunklen Stadtkomplexen haben können und daß eine Anstrahlung eines Gebäudes in einer hellen Verkehrsstraße, die übrigens verschiedene Berliner Kaufhäuser schon lange versucht haben, von geringer Wirkung ist.

Größere Beachtung verdient das, was von den Geschäftshäusern und Firmen anlässlich der Lichtwoche gezeigt worden ist: eine Überfülle von Lichtreklame. Jeder kleine Geschäftsmann hat sich mindestens ein Transparent als Firmenschild herausgehängt oder eine kleine Glühlampenreklame gemacht. So ergab sich, nicht allein als Auswirkung der Lichtwoche, ein Wirrwarr von kleinen Lichtreklamegebilden und die Gefahr ist groß, daß eine ähnliche Verzettlung und Auflösung eintritt, wie sie in New York in größerem Maßstab eingetreten ist. Sicherlich bieten die Hauptverkehrsstraßen Berlins bei Abend ein reiches farbiges Bild, aber es fehlt jede architektonische Bindung des Lichts. Nur einige große Kaufhäuser haben versucht, die Architektur ihres Hauses als Grundlage und Ausgangspunkt für die Lichtwirkung zu machen. So Wertheim am Leipziger Platz, bei dem die langen schmalen Fenster des Messel-Baues rot durchleuchtet waren und die Eingangshallen in farbigem Licht strahlten. Demgegenüber behalf sich das Kadewe mit einem Reklamescherz: große Leitern mit Männchen aus grünen Glühbirnen. Bei verschiedenen Baulichkeiten versuchte man durch Glühbirnenstreifen an besonders betonten Gesimsen großzügige Wirkung zu erreichen, sehr überzeugend war die Wirkung nicht. Sieht man plötzlich neben all diesen tastenden Versuchen Mendelsohns Herpich-Haus