

# Tierisches Vergnügen

Fischer Licht & Metall blickt in seinem Buch auf die eigene Geschichte zurück – und auf die der Lichtwerbung.

„Werben mit Licht & Metall“ ist der Titel des Buchs, mit dem der Lichtreklamehersteller Fischer Licht & Metall auf die Geschichte der Lichtwerbung und damit auch auf die eigene blickt. Das 300 Seiten starke Buch kommt im quadratischen Format mit vielen Bildern daher. In fünf (Zeit-)Abschnitten beleuchtet es die Entstehung und Entwicklung der Lichtreklame und des Betriebs, aber auch dessen Heimat und die Menschen in der Region sowie politische und wirtschaftliche Einflussfaktoren. Wir haben mit Silvia Fischer, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, über die Chronik gesprochen.

## **Frau Fischer, ein Buch über die Geschichte der Lichtwerbung – und auf dem Cover ein Anglerfisch?**

Da es in diesem Buch neben „Licht“ auch um „Werbung“ geht, haben wir uns für dieses auffällige Cover entschieden. Werbung muss auf den ersten Blick aufmerksam machen – das wollen wir durch das außergewöhnliche Titelbild erreichen: Der Körper des Anglerfisches glänzt wie Metall, und das Licht auf seinem Kopf strahlt in der blauen Finsternis – analog zur Nacht. Mit ihrer leuchtenden Laterne ködert das Weibchen ihre Beute und lockt Männchen zur Paarung. Gelebte natürliche Lichtwerbung. Und das Bild ist der Beweis dafür, dass es Lichtwerbung schon sehr lange gibt. Von der Natur können wir eine Menge lernen. Deshalb haben wir uns auch für „natürliche“ Bilder für die einzelnen Buchteile entschieden.

## **Wie kam der Kontakt zum Autor zustande? Wie steht er zur Lichtwerbebranche?**

Der Autor des Buches, Siegfried Schüller, ist freier Journalist. Über die Lichtwerbebranche hat er in „Werben mit Licht & Metall“ zum ersten Mal geschrieben. Es war uns wichtig, dass ein Branchenfremder die Geschichte der Lichtwerbung – ohne Branchenblindheit – von Grund auf recherchiert und darüber berichtet. Da wir mit diesem Buch die Lichtwerbung einer breiten Masse verständlich machen wollen, war uns die Sichtweise eines Branchenfremden wichtig. So ist es uns, glaube ich, gelungen, dieses interessante Thema verständlich aufbereitet einem großen Publikum näherzubringen. Aber auch Branchenkenner werden – wie auch wir selbst – interessante Hintergründe in diesem Buch entdecken.

## **Was ist für Sie persönlich der spannendste Teil der Geschichte der Lichtwerbung?**

Schwierige Frage! Ich habe dieses Buch so oft gelesen, korrigiert und wollte eigentlich noch Text streichen. Das ist mir aber nicht gelungen, da ich jede Zeile für wichtig halte. Das Spannendste an der Geschich-



## Das Buch

**Titel:** Werben mit Licht & Metall  
**Autor:** Siegfried Schüller  
**Preis:** 29,90 Euro  
**ISBN:** 9783000504327

*Mit Licht fängt man Kunden: das neue Buch von Fischer Licht & Metall*

te der Lichtwerbung ist für mich die Erkenntnis, dass man schon sehr früh festgestellt hat, wie wichtig es ist, das, was man bewirbt, in der gleichen Qualität als Lichtwerbung zu nutzen. Lichtwerbung

stellt das zu bewerbende Unternehmen oder Produkt 24 Stunden ins richtige Licht. Je hochwertiger der erste Eindruck, sprich die Lichtwerbung, umso effektiver die Werbung für das entsprechende Unternehmen oder Produkt. Die Lichtwerbung ist seit 50 Jahren das Werbemedium mit dem besten Verhältnis von Kosten zur Anzahl der Kontakte.

## **Wo wurde die erste Lichtwerbung installiert und wie sah diese aus?**

Bereits 1708 lässt der preußische Gesandte am sächsischen Hof in Dresden Leuchtkästen mit Transparenten aufstellen, auf denen er die Hochzeit seines Dienstherrn, König Friedrich I., ankündigt. Mit Einführung der elektrischen Straßenbeleuchtung in Berlin wurde manches Schild durch externe Beleuchtung zur Lichtwerbung. Die ersten elektrischen Lichtwerbeanlagen der Welt haben wir auf Seite 42 mit der Überschrift „Die Lichtwerbung verändert das nächtliche Gesicht der Städte“ aufgeschrieben.

## **Neonreklame hat eine große Geschichte in der Lichtreklame. Hat sie auch eine Zukunft?**

Ja, ich denke, Neonreklame wird eine Zukunft haben, allerdings nur in einem kleinen Sektor: Für Kunden, die mit ihrem Unternehmen langfristige Werte wie Tradition, Unternehmensgeschichte et cetera darstellen möchten, hat Neonreklame einen Markt.

## **Vielen Dank.**

Die Fragen stellte Eileen Denkwitz.  
 denkwitz@wnp.de

[www.fischer-lum.de](http://www.fischer-lum.de)