

Das Schaufenster - ein Kulturfaktor!

Die Entwicklung vom Stapelfenster zur künstlerischen Dekoration - Plakatstil und neue Sachlichkeit - Dekorateure sind immer nervös - Der internationale Dekorateurkongress

Es hat nicht an Vergleichen gefehlt, die die Rolle des Schaufensters in der modernen Grosstadt präzisieren wollten. Irgend ein findiger Kopf verglich einmal das Geschäft mit einer Dame, und nannte das Schaufenster die Toilette, von deren Bechafftheit es abhängt, ob die Dame Eindruck macht, das heisst die Blicke der Vorübergehenden auf sich zu lenken versteht, oder nicht. Das ist ein Vergleich von vielen, die aber meist nicht völlig den Begriff des modernen Schaufensters erklären. Wenn man die Entwicklung der letzten Jahre beobachtet, so mag ein anderer Vergleich gestattet sein. Nämlich der mit der Presse. Genau wie eine moderne Tageszeitung ein Spiegelbild des gesamten öffentlichen Lebens in all seiner Vielgestaltigkeit ist, so ist auch das Schaufenster ein Spiegelbild der gesamten Produktion, und damit nicht nur ein Kulturfaktor hohen Grades, sondern auch ein Barometer der Wirtschaft. Im modernen Schaufenster wird durch den werbetechisch geschulten Fachmann, den Schaufensterdekorateur, die Ware in kundenwerbender und verkaufstechnischer Hinsicht so ausgestellt, dass sie in einer künstlerisch geschmackvollen Darstellungsart das Auge der

Stände der Dekorationskunst, ist nicht ohne grosse Schwierigkeiten vor sich gegangen. Die Widerstände namentlich der Geschäftsinhaber, die in der künstlerischen Ausgestaltung des Schaufensters anfangs eine starke Belastung ihres Unkosten-Etats sahen, hat eine Zeitlang stark hemmend gewirkt. Ein Gang durch die Strassen Berlins zeigt uns aber, dass die Idee des künstlerisch durchgeführten Schaufensters sich immer mehr durchgesetzt hat. Das kann man nicht nur in den grossen Geschäftsstrassen der City und des Westens beobachten, sondern auch an der Peripherie der Stadt, im Osten und Norden, findet man in durchaus künstlerischer Weise dekorierte Schaufenster. Dass es daneben auch viele Geschäfte gibt, die immer noch an der alten Methode der Stapeldekoration festhalten und nur durch moderne Plakate oder sonstige Hilfsmittel der Dekoration, die neuzeitliche Richtung betonen, mag ein Beweis dafür sein, dass nicht alles, was von den Jüngern und Propagandisten der modernen Richtung angepriesen wird, für jeden durchaus und immer richtig sein muss. Das Fenster des „kleinen Mannes“, wenn wir es so nennen dürfen, zeigt zwar meistens eine dem Charakter des Geschäftes entsprechende persönliche Note, wird aber doch, sei es durch Raumbeschränkung oder durch sonstige Umstände veranlasst, heute noch nicht jenen modernen Stil aufzuweisen können, den wir bei den grossen Geschäftshäusern bewundern.

lich auch eine unbedingte Voraussetzung für jeden Dekorateur. — Der „Bund der Schaufensterdekorateure Deutschlands E. V.“ ist die Organisation der Dekorationskünstler, der auch die Interessen der sogenannten „Wanderdekorateure“ wahrnimmt.

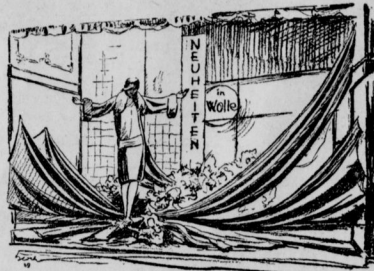
Der aufreibende Beruf des Dekorateurs bringt es mit sich, dass viele, die ihn ausüben, wie alle „Künstler“, etwas stark nervös sind. Infolgedessen kommen manchmal bei der Dekoration sehr komische Szenen vor. So hatte der Dekorateur eines grossen Berliner Kaufhauses die merkwürdige Angewohnheit, beim Dekorieren eines Wirtschaftsartikelfensters sich auf einen Gegenstand zu setzen, den man gemeinhin nur im Nachtlisch zu stehen hat oder im stillen Kämmerlein benutzt. Der Erfolg dieser merkwürdigen Sitzmethode bei nicht verhängtem Schaufenster war natürlich gross, und es fehlte, zumal sich diese Szene im Norden Berlins abspielte, nicht an beifallsfreudigem Publikum, das den Dekorateur auf kräftige Berliner Art „verkohlte“. Ein anderer, besonders nervos Herr hatte die liebliche



Reklameschaufenster

Passanten fesselt und einen starken Eindruck im Unterbewusstsein des Beschauers erweckt. Der Vorzug der modernen Schaufensterdekoration gegenüber der sonstigen Reklame ist der, dass die zur Schau gestellte Ware nicht nur wie bei Plakat und Inserat im Bilde erscheint, sondern in natura dem Auge des Beschauers dargeboten wird. Der Zweck jeder Dekoration, ob sie in moderner künstlerischer Form ausgeführt ist oder das Bild des alten, im grossen und ganzen schon überlebten Stapelfensters zeigt, ist selbstverständlich nur der, den Beschauer zum Kauf anzureizen.

Im allgemeinen spricht man bei der Schaufensterdekoration vom Stapel-, Phantasie- und Plakatifenster. Das Stapelfenster, die Fortsetzung der alten Massendekoration, kann durch die Fülle der zur Schau gestellten Artikel und Warenmengen eindrucksvoll wirken. Aber der Stil der „neuen Sachlichkeit“ macht sich auch hier bemerkbar, indem die Warenmengen frei im Raum des Schaufensters verteilt werden und auch so die beabsichtigte Wirkung auslösen. Das Phantasiefenster soll in erster Linie durch seine Farbzusammenstellung und durch den Aufbau der Dekoration auf die Phantasie des Publikums wirken und auf diese Weise zum Kauf anregen. Das Plakatifenster hat den Zweck, in knapper schlagender Weise, eben im „Plakatif“, die dekorierte Ware zur Geltung zu bringen. Die in letzter Zeit viel gesehenen Markenartikelschaufenster, die nur das Erzeugnis einer bestimmten Industrie zeigen, fallen auch unter diese Rubrik.



Phantasiefenster

Mit der Entwicklung des modernen Schaufensters hat ein Beruf immer mehr an Geltung gewonnen, der des Schaufensterdekorateurs. Es gibt heute zur zahlreiche Schulen für Dekorationskunst; aber wie sich irgendein anderer künstlerischer Beruf nicht lernen lässt, wenn das nötige Talent fehlt, so ist es auch beim Schaufensterdekorateur der Fall, der sich heute als Künstler fühlt. Allerdings nicht als Künstler in dem Sinne, dass er nun wahllos drauflosarbeitet. Der erfolgreiche Dekorateur wird immer auch eine gehörige Portion kaufmännischen Sinnes haben müssen. Die Berufsausbildung des Dekorateurs ist eine ausserordentlich schwierige. Mehrere Jahre praktischer Arbeit und der Besuch einer Dekorationschule sind die unerlässliche Vorbedingung. Dabei kommt es nach Ansicht der Fachleute nicht so sehr auf die kleinen handwerklichen Kunstgriffe an, die als selbstverständlich vorausgesetzt werden, sondern man verlangt vom modernen Dekorateur vor allem neue, zukünftige Ideen. Die grossen Warenhäuser verfügen über einen ausgedehnten Stab von Dekorateurs und Hilfsarbeitern, die unter Leitung eines Chefdekorateurs arbeiten, und deren Aufgabe es ist, neben den fortlaufenden Arbeiten auch die Pläne für künftige Dekorationen, namentlich bei irgendwelchen Wochen- oder Ausverkäufen, zu entwerfen. So werden schon monatelang vorher Entwürfe für die Weihnachts- oder Inventurverkäufe fertiggestellt. Genaue Kenntnis des Hilfsmaterials ist natür-

Angewohnheit, im Moment der höchsten Erregung einfach einen Besen zu nehmen und alle Waren, ganz gleich, ob es sich um kostbare Spitzen oder Stoffe handelte, aus dem Fenster herauszuwerfen, um Platz für ungehindertes Arbeiten zu bekommen. Allerdings gibt es noch eine Persönlichkeit, die manchmal dem Dekorateur viel zu schaffen macht. Das ist der hohe Chef selbst, dessen Wünschen entsprechend auch die Dekoration gestaltet werden soll.

Eine allgemein anerkannte Tatsache ist, dass Berlin heute mit seinen Schaufenstern etwas Einzigartiges aufzuweisen hat. Die Berliner Schaufensterdekoration steht an der Spitze der ganzen Welt. Das wird auch vom Auslande anerkannt, denn selbst in Paris und London gibt es nicht eine derartige Fülle künstlerischer so durchgeführter Schaufenster wie in Berlin. Allerdings vollzieht sich in letzter Zeit namentlich in Amerika ein Wechsel auf diesem Gebiet.

Wie gross die Bedeutung der Schaufensterdekoration für das gesamte Wirtschaftsleben heute ist, geht daraus hervor, dass massgebende Stellen der Behörden sich dafür interessieren und die Vorbereitungen zum 1. Internationalen Kongress der Schaufensterdekorateure, der im Herbst in Leipzig, verbunden mit einer grossen Schaufensterschau, stattfinden wird, kräftig unterstützen. E. A. Resiak.

Der Amateurphotograph

Die beiden Dunkelkammern

Der Oesterreicher Franz Rehor hatte drei Monate Zeit zum Nachdenken, drei Monate überlegte er in einer Zelle des Kreisgerichts von St. Pölten, was er, wenn sich die Tore des Gefängnisses für ihn wieder öffnen, unternehmen werde. Tausend Pläne wurden durchdacht und wieder verworfen, und als der Tag der Freiheit kam, sollte erst einmal die Freiheit genossen werden.

Das wenige Geld, das er besass, war bald ausgegeben. „Was nun?“ Da sah er vor einem Denkmal in einem Park einen Photographen „arbeiten“: der Photograph „knipste“ gerade ein Liebespaar.

Man müsste mit einer Kamera durch das Land marschieren — die Bauernmädchen lassen sich gern photographieren — so würde man anständig verdienen! Aber wie komme ich zu einer Kamera?

Jetzt überlegte Franz Rehor nicht lange, ging in den nächsten Optikerladen, liess sich verschiedene Apparate und photographische Artikel vorlegen, überzeugte sich, dass die Geschäftsinhaberin allein im Laden war —

Ein leichter Schlag mit einem Stein. — Die Ueberfallene lief in das Hinterzimmer des Ladens um sich das herabfließende Blut abzuwaschen: sie glaubte, dass ihr eine Lampe auf den Kopf gefallen sei, sie glaubte an einen Unfall . . . So benommen war sie von dem Schlag.

Als die Geschäftsinhaberin wieder in den Laden zurück kam, waren Franz Rehor, eine Kamera und einige photographische Artikel verschwunden. Jetzt erst rief die Geschäftsinhaberin um Hilfe.

Und Franz Rehor wanderte als Photograph „über Land“. Er „knipste“ Liebespaare und verdiente ganz gut. Bis ihn eines Tages ein Gendarm in Zivil bat: „Bitte, kommen Sie mit mir, der Bürgermeister möchte sich gerne photographieren lassen.“ Franz Rehor nahm den Auftrag an, ging mit dem Herrn zum

Bürgermeister (eines oberösterreichischen Dorfes). Der Bürgermeister verzichtete auf eine Aufnahme: „Rehor, bitte, recht freundlich — Sie müssen in eine andere Dunkelkammer, als sie dachten — jetzt werden Sie einige Zeit keine Photos entwickeln — aber vielleicht entwickeln Sie sich noch zu einem anständigen Menschen . . .“

Der Verhaftete lachte: „Ich bin von Schicksal schlecht beleuchtet worden — Ich glaube, dass es gar nicht mehr möglich ist, aus mir eine anständige Sache zu machen . . . Ich würde als anständiger Mensch wie als Photograph nur Amateur sein . . .“



Transport von flüssigem Eisen

Die Hamilton Kohn- und Eisen-Company hat zum Transport von flüssigem Eisen besondere Wagen konstruiert. In diesen Wagen sind 17 Meter lang und 1,70 Meter hoch, die Eisen von Hamilton nach Middletown ohne besonderen Verlust zu befördern. Die Wagen sind 17 Meter lang und können 340 Tonnen flüssiges Eisen aufnehmen.

Wie man Freier abweist

Das kleine Konfitüregeschäft der Witwe Veronika Budrika in Brooklyn hatte schon mancherlei Kunden gesehen, aber so einer wie der zweiunddreissigjährige John Surk war noch nie dagewesen. Herr Surk wollte weder Schokolade, noch Marzipan oder Bonbons, und selbst die frischesten Kekes konnten ihn nicht reizen. Er wollte, wie er sich ausdrückte, etwas ganz anderes Süßes, nämlich einen Kuss von der Witwe Veronika, die allerdings auch das Beste in ihrem Laden war. Wenn auch schon sechsundfünfzig, war sie doch eine hervorragende Reklame, und zahlreiche Süßigkeiten waren nur gekauft worden, weil Veronika sie verkaufte.

Der Kuss, den John Surk verlangte, sollte der Auftakt zu einer ganzen Reihe von Zärtlichkeiten sein. So sagte John, denn er wollte nicht nur einen Kuss, sondern anschliessend die Ehe. Aber dann fielen die Zärtlichkeiten ganz anders aus, als er es sich gedacht hatte.

Veronika war keineswegs einverstanden. Sie hielt den etwas stürmischen Freier für einen Tölpel, der es nur auf ihr schönes Konfitüregeschäft abgesehen hatte, und sagte ihm das in deutlichen Worten. Aber John lachte nur und wurde noch zudringlicher. So kam es zu dem Vergehen, wegen dessen Frau Veronika jetzt vor dem Richter stand.

Die Angeklagte wird beschuldigt, dem zweiunddreissigjährigen John Surk mit einem Besenstiel gefährlich verprügelt zu haben. Beweis: John Surk liegt mit einem gebrochenen Arm und vielen blauen Stellen im Hospital.“ So lautete die Anklageschrift, auf die Frau Veronika nur zu erwidern hatte, sie wäre nun einmal kein sanftes Täubchen, und es wäre ihr vorgekommen, als ob John Surk betrunken gewesen sei. Um sich zu verteidigen, habe sie zum Besenstiel gegriffen. Der Richter meinte zwar, man müsse einem Freier, den man abweist, nicht gleich den Arm brechen, aber er sprach die rabiate Witwe trotzdem frei. Nun steht sie wieder hinter ihrem Ladentisch, lächelt süß, und der Besenstiel liegt gleich daneben. w.