

geblieben buchhändlerischen Scheu vor Gedichten auch ein namhafter äußerer Erfolg zuteil geworden ist. Daneben einige Bücher von Mereschowski, der höher gewertet werden darf denn bloß als Verfasser eines von allen englischen Gouvernanten zum Lieblingsbuch erkorenen Leonardo-Romans. Georg Queri, der bayerische Dichter, steht heute — zu Unrecht — nur noch im Verzeichnis der vergriffenen Bücher. Daß seine aufschlußreichen Werke über bayerisches Volkstum und bayerische Bauernndichtung («Kraftbairisch» und «Bauernerotik») ehemals einen Staatsanwalt mobilisierten, mag als erheitende Erinnerung hier verzeichnet werden. In allerjüngster Zeit erfährt dieses Verlagsgebiet eine besondere Pflege: André Maurois, Marcel Proust, Michael Arlen, Edmond Hégel, Joseph Kessel stehen als ausländische Autoren von Rang neben einer Reihe bekannter und — was erfreulicher ist — unbekannter deutscher Autoren: Bruno Brehm, Peter Hall, Joseph Gregor, Georg Kaiser, Otto zur Linde, Margarete Kurlbaum-Siebert, Joseph Schandler. Hier beginnt sich auch ein literarisches Gesicht des Piperschen Verlages zu formen, in dem die gelben Bändchen von «Was nicht im Baedeker steht» einen wichtigen Zug darstellen.

Die Abteilung Philosophie heißt bei Piper: Buddha und Schopenhauer. Karl Eugen Neumann hat eine Lebensarbeit der Übertragung der Reden Buddhas gewidmet und so diese unschätzbaren Urkunden der Menschheit zum deutschen Besitz gemacht. Die besondere Bedeutung der von Paul Deussen besorgten großen Schopenhauer-Ausgabe liegt in dem zahlreichen, erstmalig veröffentlichten Material.

Mit einigen wenigen aber beachtenswerten musikgeschichtlichen Büchern, etlichen Landschafts-Monographien, vor allem der «Schönen deutschen Stadt», rundet sich das Feld der Tätigkeit der Firma R. Piper & Co., die «ganz von vorne, mit einem Schreibtisch und einem Papierkorb angefangen hat», und lange vor diesem ihrem zwiefachen Festjahr in die Reihe der ersten deutschen Verlagshäuser eingetreten ist. Ba.

Neuzeitliche Schaukästen.

Von Rudolf Wirth.

Der Schaukasten in seiner ursprünglichen Form ist durchaus als reines Hilfsmittel zur Erzielung einer besseren Raumausnutzung anzusprechen. Darüber kann auch nicht das Anbringen von Ornamenten oder eine betont persönliche «architektonische» Gestaltung unter Verwendung von Dächelchen und andren früher sehr beliebten Verlegenheitsformen hinwegtäuschen. Das architektonische Empfinden verfloßener Zeiten verlangte, von verhältnismäßig primitiven statischen und konstruktiven Erfahrungstatsachen das Geschmacksideal ableitend, große Mauerflächen. Diese mit in die Ladengestaltung einzubeziehen scheute man sich, fürchtete man doch dadurch das Gleichgewicht der Fassade in ihrem Widerspiel von Kraft und Spannung zu zerstören.

Erst in letzter Zeit, als uns durch Eisen- und Eisenbetonbauweisen neue, fast unbegrenzte Möglichkeiten des Bauens gegeben wurden, Möglichkeiten, die gleichzeitig zu einer neuen Ausdrucksweise der künstlerischen Formensprache führen mußten und die so aus sich heraus eine neue selbstsichere Ästhetik zu entwickeln vermochten, erst dann ist man dazu übergegangen, auch das letzte Flächenstück der Fassade dem Nutzeffekt, d. h. der gesteigerten Verkaufswirkung zugänglich zu machen. Wir tragen heute keine Bedenken mehr, rein zweckmäßige Formen anzuwenden, um so weniger, wenn wir uns von deren Verechtigung durch ihre Wirtschaftlichkeit überzeugen lassen.

Der Schaukasten, besser gesagt, die Schaukastenanlage, darf nun keinesfalls mehr als Einzelgestalt gedacht werden, sondern kann nur dann zur vollkommenen Wirkung gelangen, wenn sie einerseits mit dem Schaufenster, andererseits mit dem Ladeneingang einen geschlossenen Wirkungskomplex bildet. Ein weiterer wichtiger Gesichtspunkt der ganzen Anordnung ist, darauf zu achten, daß der «Kontakt» mit der Straße einwandfrei ist. Es ist der Zweck des Kastens, das Buch als individuelles Erzeugnis zur Wirkung zu bringen. Hier ist das Buch weit weniger als in der Auslage (abgesehen vom Sonderfenster) Buch unter Büchern, sondern bestimmter Ausdruck eines geistigen Willens. Auf der bereits gegebenen Gliederung, dem vorgeschriebenen Raummaßstab fußend, ist ein Kasten an sich auch bedeutend leichter zur Wirkung zu bringen als ein Schaufenster, das, um wirklich einwandfrei dekoriert zu werden, nicht selten optische Kennnisse und durchwegs gutes Farbempfinden voraussetzt.

Im folgenden gebe ich eine Reihe von Lösungen grundsätzlicher Art, die jedoch nicht starre Programme darstellen, sondern abwandbar und auf besondere örtliche Verhältnisse einstellbar sind. Alle

sind jedoch unter Beachtung der gleichen Richtlinien entstanden: Die Verbindung mit dem Straßenpassanten herzustellen, die Auslage in deren Wirkung, sei es nach Tiefe oder Breite, zu heben und endlich eine betonte Führung zum Ladeneingang zu geben. Es ist versucht, die Anlage dermaßen zu gestalten, daß die Tag- und Abendwirkung eine gleich gute ist, es ist dies oft nicht leicht zu erreichen, denn das Problem der Beleuchtung der Schaukästen bei Nacht ist ein durchaus schwieriges; speziell auf diesen Punkt werde ich später noch näher eingehen.

Gewisse Einschränkungen für die Anlage der Kästen ergeben sich aus den Buchformaten, es ist sehr wichtig, gleich von vornherein diesen Gesichtspunkt zu beachten, jedoch macht sich hier allmählich die fortschreitende Buchnormierung erleichternd bemerkbar. Die Höhe der Schaukästen ist natürlich von der Gesamtanordnung der übrigen Bauteile durchaus abhängig, besonders warne ich vor der Kürzung der Kästen oben und unten. Der Einwand, nur in Augenhöhe Dargebotenes hat Aussicht, beachtet und gekauft zu werden, ist nicht stichhaltig, wechselt doch die Sehläche des Betrachters je nach Abstand, der Blickwinkel nach Licht oder Farbreizen. Der einheitlichen Wirkung des Ganzen müssen auch die Schaukästen sich unterordnen.

Die einfachste Form des Schaukastens, auch die zur Zeit beliebteste, ist die Ausfüllung der zwischen den Fenstern verbleibenden, durch konstruktive Teile hervorgerufenen toten Flächen. Die Kästen müssen sich dann freilich vollkommen unterordnen und nur beim Eingang selbst werden sie eine stärkere Wirkung erzielen können, dies jedoch auch nur dann, wenn sie zum tiefergelegenen Eingang zurückgezogen sind und dieser nicht wie oft üblich mit der Vorderkante der Schaufensterflucht bündig abschließt. Der augenscheinliche Vorteil dieser Art Gruppierung liegt in der großzügigen einheitlichen Wirkung und der verhältnismäßig einfachen, zusammenhängenden Beleuchtung. Hier sollen jedoch die Breiten der Kästen nicht ausschließlich von baulichen Überlegungen aus festgelegt werden, sondern in erster Linie vom buchhändlerischen Nutzungswillen aus. Technisch ist es durchaus möglich, das tragende Gerüst des Ladens so in den Hauskörper zurückzuverlegen, daß es in der Fassadengestaltung nicht mehr zur Wirkung kommt und hier jedem Gestaltungswillen vollkommen freie Bahn gibt.

Die große Fläche hat jedoch praktisch nur dann Wert, wenn eine Draufsicht im günstigen Winkel erfolgen kann, d. h. also Gehbahn- und Straßenbreite sind beträchtlich, oder aber überschneidende Ecken, besser noch Straßen von leichter Krümmung sind vorhanden.

Die Abwandlung dieser Form, die sich mehr den Verhältnissen in engeren Stadtstraßen anpaßt, besteht im Vorziehen der Schaukästen aus der Fensterebene; jedoch nicht in der alten Form des viereckigen Grundrisses mit der Hauptfläche nach vorne, sondern in Dreieckform oder im Halbrund. Das Dreieck hat den großen Vorteil der günstigeren Stellung zum Streulicht des Tages und zum Blickwinkel des Passanten im Haupttrichtungsverkehr. Architektonisch läßt sich diese Form auch besser mit der Gesamtfläche zusammenschließen als das Viereck, andererseits ist auch die Blicklenkung zum Schaufenster selbst leichter möglich. Der halbrunde Kasten mit halbrunder Scheibe ist zwar in bezug auf die Dekorationsmöglichkeiten vorteilhafter, jedoch auch mehr Beschädigungen ausgesetzt, ferner in der Anschaffung teurer und im Ersatz wesentlich schwieriger. Die Wirkung des künstlichen Lichtes darauf ist zwar sehr reizvoll, doch vom Verkaufstandpunkt aus gesehen störend, da Buchansichten, Buchplakate usw. oft durch Glanzlichter entzweigekleinert und dadurch um ihre Wirkung gebracht werden. Wie breit die Seitenflächen des Dreiecks gewählt werden, hängt ebenfalls von den besonderen Absichten ab, jedoch sei darauf hingewiesen, daß in fast allen Städten des Reiches die Ausladungsmasse der Schaukästen einschränkenden behördlichen Vorschriften unterliegen. Freilich ergibt sich ganz leicht dadurch ein Ausweg, daß lediglich die Vorderkante der Schaukästen fixiert wird. Die gewollte Breite wird dann durch ein entsprechendes Rückverlegen des Schaufensters selbst erreicht. Dadurch entwickelt sich ganz von selbst eine weitere Gestaltungsart: Die Nische.

Die Nische ist laufendem Verkehr entzogen, greift jedoch mit den Seitenarmen (den Schaukästen) bis zu demselben vor und erfährt ihn. Mancher wird so zum Verweilen, Betrachten, endlich zum Kaufen veranlaßt, den sonst der Strom des Verkehrs vorbeigetragen und die Hast abgedrängt hätte.

Der durch dies Zurückziehen der Hauptfront entstehende Raumverlust kann zum großen Teil durch eine etwas geringere Tiefe des Hauptschaufensters wieder ausgeglichen werden, da dasselbe optisch nie allein erfährt werden wird, sondern stets als Gesamterscheinung mit den Kästen als «Forum» in Erscheinung tritt. Fast im Gegenteil muß hier vor einer übermäßigen Tiefe gewarnt werden, denn mit dem Tieferliegen der Schaufront geht natürlich ein gewisser Ver-