

Diese beiden Bilder werden durch dünne Pfeile aus Pappe miteinander verbunden. Auf ein Kartonblatt schreiben wir mit der Schreibmaschine: »Das sind die beiden Hauptchaupläge der Handlung, in die uns dieses Buch der großen Sehnsucht nach der Heimat führt«. Auf ein anderes Kartonblatt schreiben wir noch mit zwei bis drei Sätzen eine kurze Inhaltsangabe, und wenn das Buch in einer der örtlichen Tageszeitungen besprochen wurde, kleben wir den entsprechenden Zeitungsausschnitt — schräg und gänzlich unkorrekt ausgeschnitten — auf ein weiteres Kartonblatt, auf das wir mit der Feder schreiben: . . . so urteilt die F. . . Zeitung über diesen Roman. Unter das Buch kommt noch ein schmaler Zettel mit der Preisangabe.

Jeder wird einsehen, daß auf diese Weise jedes Buch außerordentlich eindrucksvoll angeboten werden kann. Natürlich muß man das auszustellende Werk gelesen haben und aus diesem Wissen heraus irgendeine interessante Darstellung zu einem Blickfang finden. Wo ist der Verleger, der für seine Neuerscheinungen derartige Schaukasten auslagen vorbereitet, Photos für Musterauslagen liefert und dazugehöriges Dekorationsmaterial zur Verfügung stellt?

Es bieten sich vielfache Möglichkeiten, eine derartige Schaukasten auslage spannend zu gestalten. Man kann z. B. ein Buch in mehreren Exemplaren zeigen, und zwar ohne Schutzumschlag. Wenn dieser ein interessantes Bild zeigt, schneidet man es aus, heftet es auf Karton (Photokarton), gibt ihm durch Striche, Kreise, Punkte usw. mit farbiger Tusche oder Pastellkreide ein lebhafteres Aussehen und hat damit einen fesselnden Blickfang bekommen. Enthält ein Buch Bilder, kann man sich Abzüge davon vom Verleger schicken lassen und sie auf Karton aufziehen. Eine bekannte, aber immer von neuem wirkungsvolle Idee ist es, eine Photographie des Schriftstellers zu zeigen. Vielleicht stellt auch dieser oder jener Schriftsteller dann und wann mal eine Seite des Original-Manuskriptes zur Verfügung, damit die Laien an der vielfältigen Überarbeitung erkennen können, welche mühevollen Kleinarbeit hinter dem Buche steckt. Es dient auch dem Verständnis eines Buches, wenn man den Lebenslauf seines Schöpfers kennt. Jeder Buchliebhaber wird kurze Werdegänge von Schriftstellern, wenn sie nicht gerade alltäglich sind, mit Interesse lesen. Ich will noch ein anderes Beispiel skizzieren: Eine Reisebeschreibung soll im Schaukasten ausgestellt werden. Man wendet sich an den Schriftsteller oder Forscher und bittet ihn um leihweise Überlassung irgendeines interessanten, kleineren Gegenstandes, den man mit auslegen darf, also z. B. irgendeine Waffe von Eingeborenen eines fernen Landes oder selbstgearbeiteten Schmuck für Frauen oder Webarbeiten der Eingeborenenfrauen usw. Von solchen Möglichkeiten kann natürlich nur in beschränktem Maße Gebrauch gemacht werden, denn der betreffende Forscher würde sich bedanken, an soundsoviele Buchhändler von seinen mitgebrachten Gegenständen etwas zu verleihen.

Die genannten Beispiele zeigen, daß man in liebevoller Kleinarbeit dieses oder jenes Buch besonders herausstellen kann, und zwar in einer Art und Weise, wie das in einem größeren Schaufenster gar nicht möglich ist.

Die Buchhandlung in der Provinz wird mit der Auslage von Neuerscheinungen im Schaukasten nicht einen so großen Erfolg haben wie der großstädtische Sortimentler in der Hauptstraße. Der mittlere und kleinere Buchhändler sollte vor allem billigere Literatur, etwa in der Preislage bis zu RM 1.50, im Schaukasten zeigen. Wir haben heute eine große Anzahl billiger Sammlungen, die vieles enthalten, was eine betonte Förderung verdient. Ein Heft für 90 Pfennig kauft man sich schneller als ein Buch für 6.50 RM. Machen Sie mal einen Versuch und stellen Sie eine größere Anzahl, sagen wir mal zehn Exemplare eines solchen kleinen Buches im Preise von 75 bis 90 Pfennig in der oben beschriebenen Weise in den Schaukasten. An der Nachfrage im Laden werden Sie dann rasch erkennen, ob diese Auslageidee richtig ist oder nicht. Ein Buchhändler stellte mal eine Anzahl Hefte »Was wir von unseren Kolonien wissen müssen!« im Schaukasten aus. Ein Lehrer kaufte sich ein Exemplar und

führte daraufhin dieses Bändchen als Lektüre in seiner Klasse ein. Zwei andere Kollegen hörten davon und handelten ebenso. Erfolg? Etwa 86 Hefte verkauft!

Um ein rasches Auswechseln der Schaukasten auslagen zu erreichen, läßt man sich einige Platten aus Dekorationspappe oder aus Sperrholz in der passenden Größe anfertigen. Diese Platten bespannt man mit Molton, Velvet oder sonst einem Dekorationsstoff und heftet darauf die zur Auslage kommenden Werke. Während die eine Auslage aushängt, kann man in geschäftstillen Stunden bereits die nächste Auslage vorbereiten, sodaß immer ein rascher Wechsel möglich ist.

Je weniger Passantenverkehr auf der Straße ist, desto häufiger muß man mit der Auslage wechseln, da die Auslage binnen wenigen Tagen allen Vorübergehenden bekannt ist. Ist viel Straßenverkehr, kann man eine Auslage etwas länger hängen lassen. Je rascher der Wechsel in der Auslage ist, desto lebhafter wird sich das im Laden auswirken, denn dem einen sagt diese Auslage zu, dem anderen jene.

Aber nicht nur Bücher sollte man in den Schaukästen zeigen, sondern z. B. auch Wochenzeitungen und Zeitschriften. Wenn eine Wochenzeitung z. B. einen besonders interessanten Text- oder Bildbeitrag enthält oder ein neuer Roman beginnt, heftet man eine ausgebreitete Zeitung oder Zeitschrift in den Schaukasten und ein Schildchen dazu: Darf ich Ihnen diese Zeitung regelmäßig zustellen? Wöchentlich . . . Pfg. — Damit läßt sich mancher neue Abonnent gewinnen.

Es muß besonders darauf hingewiesen werden, daß in jede Schaukasten auslage kleine Textschildchen gehören mit einigen aufklärenden, fesselnden oder irgendwie interessanten Bemerkungen. Man muß sich vorstellen, daß der Betrachter ganz nahe vor dem Schaukasten steht und deshalb werden diese kleinen Textschilder auch gelesen. Bei der Neuanlage von Schaukästen sollte man darauf achten, daß für Beleuchtung gesorgt wird. Warum soll man nicht bei schönem Wetter die Beleuchtung bis gegen Mitternacht eingeschaltet lassen? Die Kosten sind gering, die Werbewirkung aber groß.

Wenn es noch eines äußeren Zeichens bedarf, um den Wert eines Schaukastens hervorzuheben, sehe man sich einmal die Fassaden der großen Einzelhandels Häuser an. Diese verkaufstechnisch sicherlich gutgeleiteten Betriebe, die alle über genügend Schaufenster verfügen, verzichten nicht auf die Schaukästen. Man wird sie überall finden und auch jederzeit feststellen können, daß die Auslage in ihnen genau so sorgfältig gepflegt wird wie in den Schaufenstern.

Was sagt der Jurist zum Schaukasten?

Im allgemeinen gelten die gleichen Rechtsgrundsätze wie für die Schaufensterwerbung. Die Errichtung und die Unterhaltung von Schaukästen unterliegt bestimmten bau- und verkehrspolizeilichen Vorschriften. So muß z. B. in Toreinfahrten, Durchgängen usw. genügend Platz freigehalten werden. In manchen Städten ist eine besondere baupolizeiliche Genehmigung erforderlich, wenn man einen Schaukasten anbringen will. Die Erlaubnis wird dann nicht erteilt, wenn dadurch die Eigenart des Straßen- oder Ortsbildes beeinträchtigt oder gar verunstaltet wird. In anderen Städten ist wiederum nur eine polizeiliche Genehmigung erforderlich.

Bei der Anbringung von Schaukästen an Straßenfronten können verkehrspolizeiliche Einwendungen eine Rolle spielen. Man muß sich also vor Anbringung eines Schaukastens darüber Gewißheit verschaffen, ob eine polizeiliche Genehmigung verlangt wird oder nicht.

Werden Schaukästen als Bestandteile eines gemieteten Hauses mit übernommen, muß der Hausbesitzer für die Instandhaltung sorgen. Er braucht nicht für die Unterhaltung zu sorgen, wenn im Mietvertrage etwas anderes abgemacht wurde.

Schaukästen außerhalb der »Stätte der eigenen Leistung« fallen unter die Bestimmungen der Anschlagwerbung und sind nur dann in beschränktem Umfang zulässig, wenn es sich um Buchhandlungen handelt, die verkehrszugünstig liegen.

Heinz Feder.