

# Die Kultur der Reklame

SCHRIFTLEITUNG  
HERMANN RECKENDORF

2. Jahrgang

Nr. 7

Juli 1920

## Der Ausstellungsstand / Von Dipl.-Ing. Max Ruttner.

Die Realen: Was nicht geleistet wird, wird nicht verlangt.  
Die Idealen: Was verlangt wird, ist nicht gleich zu leisten.  
(Goethe)

Über Schaufensterkunst ist in neuerer Zeit viel geschrieben worden. Wer aber danach ein Schaufenster recht auszustatten weiß, der braucht noch nicht zu verstehen, auf Messen und Ausstellungen einen Stand wirksam und gut herzurichten. Die Grundsätze, nach denen beide gestaltet werden, sind recht unterschiedlich. Das Schaufenster ist gewissermaßen ein Bild in festem Rahmen, allerdings eines mit Tiefenausdehnung, also eher dem Bühnenbilde vergleichbar, wie es das Theater bisher gezeigt hat. Der Ausstellungsstand dagegen ist wie ein freistehendes Bildwerk, das von allen Seiten betrachtet werden kann, also der Bühne des Arena-Schauspielhauses vergleichbar. Die Beziehungen des Beschauers zu den ausgestellten Waren werden hier inniger. Er sieht sie nicht mehr, wie beim Schaufenster, nur von draußen, von einer einzigen Seite, die ihm als wirksamste Schauseite vor Augen geführt wird; es gibt keine Kulissen mehr, die nach vorne alle Pracht vortäuschen und hinten rohe Holzlatten und grobe Sackleinwand sind. Der Beschauer geht vielmehr um die Dinge herum, er tritt mitten unter sie, prüft sie aus nächster Nähe von allen Seiten, faßt sie an, hebt sie auf und stellt sie auch wohl nicht genau so zurück, wie sie zu Anfang der guten Wirkung halber aufgestellt waren.

Wahrt also das Schaufenster stets einen gewissen unüberbrückbaren Abstand vom Beschauer, so will der Ausstellungsstand im Gegensatz hierzu einladend wirken. Beide fordern zum Verweilen auf, aber während man beim Schaufenster stets draußen bleibt, während nur den Blicken eine Augenweide geboten, die Bequemlichkeit des Beschauers aber außer Acht gelassen wird, spielt beim Ausstellungsstand die Sorge für Behaglichkeit und für die kleinen Wünsche des Besuchers eine große Rolle.

Im Allgemeinen wird man zwischen zwei Arten des Standes zu unterscheiden haben: der Koje und dem freien Stand. Firmen, die mit besonders reichen Mitteln arbeiten,

leisten sich wohl auch ganze Hausbauten mit einer Flucht verschiedener Räume; Firmen, deren Haushalt besonders gering bemessen ist, laden sich wohl auch bei anderen zu Gasse und bringen einzelne Stücke an passender Stelle des Aufbaues unter.

Die Koje ähnelt im Äußeren noch am meisten dem Schaufenster. Sie ist meist nach dem Gang zu völlig offen, bietet hier also eine wirksame Schauseite. Die Gesetze rhythmischer Gliederung und harmonischer Farbzusammenstellung, die beim Schaufenster lange ausgeprobt und angewandt sind, können also auch hier zur Geltung kommen. Aber die Koje ladet zum Eintritt ein. Nun bewegt man sich unter den ausgestellten Waren, man tritt an die Seiten- und Rückwände heran. Was vorher nur Hintergrund war, tritt dicht vor das Auge und will dementsprechend in allen Einzelheiten behandelt sein. Der Stuhl, der Tisch, vorher nur ein Glied des Gesamtaufbaues, wird nun zum Gebrauchsgegenstand, und für den Besucher, der dort Platz nimmt, soll die ganze enge Umgebung nun von dem neuen Standpunkt aus wiederum einen geschlossenen, erfreulichen Anblick gewähren.

Die gleiche Forderung muß der freie Stand von vornherein erfüllen. Hierdurch ist die Aufgabe oftmals nicht erschwert, sondern erleichtert, beispielsweise dadurch, daß der Aufbau nach allen vier Seiten symmetrisch errichtet wird. Andererseits fehlt für die Fernwirkung die Möglichkeit, einen ruhigen Hintergrund zu schaffen, weil sich meist Stand an Stand drängt und vielfach der Aufbau des einen zu dem des andern nicht stimmen will. Das Wort „Aufbau“ will natürlich nicht so verstanden sein, als ob zur wirksamen Ausstellung einer Ware das bauliche oder schmückende Drum und Dran das Wichtigste wäre. Im Gegenteil: die Ware, die gezeigt werden soll, ist und bleibt die Hauptsache und dazu der Name der ausstellenden Firma. Diese vom Schaufenster her bekannte Hauptregel gilt auch für den Ausstellungsstand. Wer einen wirksamen Blumenstand nicht ohne Blumen, Vasen und Balustraden anordnen kann, bleibt ein Stümper.