

# WERBETRÄGER IM SCHAUFENSTER

Von Karl Fleischhack, Leipzig

Der jetzt wieder stark einsetzende Konkurrenzkampf und die erhöhte Werbenotwendigkeit machten sich überall bemerkbar. Die schönen Tage von Aranjuez sind für den Verkäufer endgültig vorüber, und er muß sich wieder regelrecht um die Gunst des Käufers bemühen. Die Inseratenplantagen der Zeitungen prangen in üppiger Blüte. An den Litfassäulen macht sich gleichfalls der Reklamefrühling bemerkbar. Neue Reklamemöglichkeiten, wie sie beispielsweise die Lichtreklame bietet, werden von findigen Köpfen erfaßt; auch alte, längst erprobte Reizmittel werden wieder aufgefrischt. Überall ein frischer Zug und neues Leben.

Angesichts dessen ist es nicht verwunderlich, wenn dem Schaufenster erhöhte Aufmerksamkeit zugewendet wird und sich sowohl die Verkäuferorganisationen (Einzelhandelsverbände) mit Schaufensterwettbewerben, als auch Markenartikel-Lieferanten mit der Lieferung entsprechend reizvollen Schaufenster-Reklamematerials um die Lösung des Problems bemühen: Wie gestalte ich das Schaufenster zugkräftig? Selbstverständlich macht es die Reklame nicht allein. Der Preis und die Güte der angebotenen Waren, die persönliche Gunst und Kunst des Verkaufspersonals, geschmackliche Fähigkeiten des Schaufensterdekorateurs, Beleuchtungsmomente usw. sind nicht von zu unterschätzender Bedeutung. Aber nach Abzug dessen bleibt der Wirkung des gelieferten Reklamematerials von seiten des Fabrikanten immerhin noch ein gewisser Spielraum. Ein Spielraum, welcher die mangelnde reklamefachmännische Schulung des Ladeninhabers ausgleichen kann und ihm auch mit geringer

Mühe erlaubt, sein Schaufenster äußerst werbewirksam zu gestalten. Zweck dieser Ausführung ist es, diese Reklamemöglichkeiten eingehend zu würdigen.

Der wichtigste Grundsatz zweckmäßiger Schaufensterausstattung ist Reinheit im Stil und Einfachheit im Mittel. Die Vielfältigkeit des Schaufensterinhalts ist an und für sich durch die größtenteils vorhandene reichliche Anzahl der zu verkaufenden Dinge gegeben. Deshalb ist es notwendig, daß der Dekorateur nicht auf das gleiche Mittel verfällt, wenn er noch Reklame treiben will. Den hunderterlei Sachen und Sächelchen muß die ruheerzeugende kompakte Reklamefläche gegenüberstehen, wenn ein Kontrast und damit die Aussicht auf Erfolg gegeben werden soll.

Hier setzt die Schaufenster-Hintergrunddekoration ein. Ein wandschirmähnliches Reklamestück, das im Hintergrund des Schaufensters aufgestellt wird und bei einigermaßen geschmackvoller Ausführung jedem Schaufenster ein persönliches Gepräge gibt. Der Umstand, daß dieses bewegliche Plakat unbedingt in die Mitte des Schaufensters, und zwar auf den Boden gestellt werden muß, sichert ihm das günstigste Blickfeld, denn erfahrungsgemäß wird die Mitte des unterhalb der Augenlinie liegenden Schaufenster-teils am stärksten beachtet. Es ist nicht immer einfach, die zweckmäßige Klarheit im Aufbau der Artikel einzuhalten, wenn es gilt, möglichst viel Artikel auszustellen. In diesem wie auch in jedem Falle bedeutet das Schaufenster-Hintergrunddekurationsstück ein außerordentlich wertvolles Hilfsmittel. Je nachdem, wie es künstlerisch ausgeführt wurde — es gibt eine



Flaschenhals-Maskotten