Phot.: Seidenstücker

A. DOMBROWSKY

DIE WERBENDE LADENFRONT

DIE Mehrzahl der Einzelhandelsgeschäfte hat es nicht leicht, schon nach außen so zu wirken, als ihre „großen" Schwestern, die Warenhäuser. Sie beherrschen oft ganze Straßenviertel, die auch der Fremde leicht findet.

In dieser Erkenntnis begannen zuerst die namenhaften Markenartikel-Firmen, in den verschiedenen Städten, Läden auszubauen, die vom Standpunkt der Reklame ihr einheitliches, charakteristisches Gepräge erhielten.

Ihnen folgten dann nicht nur die fortschrittlichen Kaufleute, sondern auch jene, die lange voll Stolz und Aberglauben aus Traditionen ihr vermorschtes Holzportal hüteten. Der Konkurrenzkampf hat auch die Unbeweglichen zum Mitmachen gezwungen.

Je größer eine Stadt ist, desto mehr Laufkunden muß der Ladeninhaber erfassen und je nach Geschick und Leistung zu seinen Stammkunden einreihen. Es muß also der flüchtige Passant zunächst auf ein Geschäft aufmerksam werden. Darum ist für den Einzelhändler die Ladenfront der wichtigste Reklamefaktor, dem alle anderen unterstellt werden müssen.

Einprägsam, unverwechselbar soll in einer Ladenstraße die Architektur gebunden mit der Reklame-Anlage als Ganzes wirken und werben. Die verschiedenen Branchen gebieten von selbst kennzeichnende Unterschiede als Richtlinien für die Gestaltung in Form und Material. Beispielsweise bedingen die Waren einer Parfümerie, eines Juweliers oder Optikers nur kleinere Schaufenster und gestatten dem Architekten die verbleibenden größeren Flächen zweckmäßig zu Gunsten der Reklame aufzuteilen.

Es wäre allerdings ein Denkfehler zu glauben, daß der Reklamewert einer Ladenfront besonders groß ist, wenn die durch eine geschlossene Architektur bedingten freien Flächen mit vielen Texten versehen werden. Im Gegenteil. Eine geschickte Linienführung innerhalb der Architektur kann viel stärker und einprägsamer, rein durch das Material wirken, als lange ermüdende Texte.

Ein anregendes Beispiel für diese Einstellung bietet die Ladenfront der Firma Scherk. Wieviel Buchstaben hätten die großen Flächen

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id38789218 7-19300050/95 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT