



Schaufensterdekoration

H A R A L D R O S E N B E R G

Window Display

Unschwer läßt sich eine Linie ziehen von dem neuzeitlichen Sach- und Mengenbild zu den Schaufensterdekorationen von Rosenberg. Hier wie dort steht unter anderem auch die mnemotechnische Aufgabe zur Diskussion. Was nicht im Gedächtnis haftet, ist in der Werbung verfehlt.

Gute Graphik ist ihm Wesensmoment der Auslage. Er setzt die Beschriftung an überragender Stelle, sie gelangt klar und ausdrucksvoll zu ornamentaler Wirkung. Stets und immer bildet sie einen vitalen Bestandteil der Dekoration. Er weiß, daß auch für die Werbegravik der Zweck oberstes Gesetz des Schaffens ist. Zeichnerische Fähigkeiten von Rang berechtigen zu diffizilen figürlichen Darstellungen, die gegebenenfalls als Warenträger fungieren. Das Werbephoto, nunmehr auch in den Dienst des Schaufensters gestellt, ist ihm mit seinen Möglichkeiten, den Beschauer psychologisch zu beeindrucken, als suggestiver Blickfang willkommen.

Gerta-Elisabeth Thiele