



DIE PKZ-REKLAME ZÜRICH

Von DR. H. JOHANNSEN

EIN BEITRAG ZUR SCHWEIZER SCHAUFENSTERKUNST

In einer der Hauptverkehrsstraßen von Zürich wird das Publikum durch eine Darbietung ganz besonderer Art gefesselt. Es sind die Schaufenster der Firma Burger, Kehl & Co., die weit über Zürich hinaus durch das Warenzeichen „PKZ“ bekannt geworden ist. „PKZ“ — dahinter verbirgt sich nicht nur ein Konfektionshaus von Weltruf, „PKZ“ bedeutet zugleich eine ebenso populäre wie durch die Eigenart ihrer Ideen wohl auch einzigartige Form der Propaganda, wie man sie bisher in der Schweiz noch nicht gekannt hat. Worauf beruht die Wirkung der PKZ-Reklame? Daß sie nicht eine und dieselbe Reklameidee dem Publikum jahrelang einhämmert, sondern immer wieder neue Methoden erfindet, um von sich reden zu machen. Das gilt vor allem auf dem Gebiet der Schaufensterdekoration. Was hier von dem Chefdekorateur des Hauses in enger Zusammenarbeit mit dem Propagandaleiter Jahr um Jahr und Monat um Monat geleistet wurde, steht auf einem derart hohen Niveau, daß man in der Tat von einer Kunst der Schaufensterdekoration sprechen kann. PKZ war eine der ersten Firmen, wenn nicht überhaupt die erste in der Schweiz, die auf den Gedanken kam, das Schaufenster in den Dienst ganz besonderer Attraktionen zu stellen. Man begnügte sich nicht damit, die Ware mehr oder weniger geschmackvoll im Fenster zu arrangieren und dem Kunden die ohnehin schon bekannten Artikel noch einmal zu offerieren, sondern man erkannte sehr richtig, daß es ganz anderer, ganz neuartiger und moderner Methoden bedarf, um den Kontakt mit dem Publikum zu finden. Bei PKZ wird das Schaufenster zu einer selbständigen, künstlerischen Angelegenheit, die sich durch Tagesereignisse