



P K Z
ZÜRICH



Schaufensterserie als
Ankündigung
für einen Ausverkauf

teristisch ausgewählte Modefiguren in PKZ-Anzügen, an denen unauffällig kleine Preistäfelchen befestigt waren. Hier wie auch bei der „Revue des Großstadtlebens“, einer sehr hübsch gestellten Folge von Straßenszenen, in der Läden, Restaurants, Kinos, Zeitungsstände usw. den Hintergrund für eine zwanglos arrangierte Modenschau abgaben, war die Wirkung außerordentlich. Den Höhepunkt dieser PKZ-Schöpfungen aber bildet zweifellos eine in Stil und Ausführung geradezu sensationell anmutende Schaufensterreihe, die in ihrer technischen und räumlichen Gestaltung an die Inszenierungskunst moderner Avantgardebühnen erinnert. Wie hier für jedes einzelne Kleidungsstück ein dekorativer Rahmen geschaffen wurde, der eine ganz bestimmte, seltsam unheimliche und fast expressionistisch zu nennende Atmosphäre von suggestiver Eindringlichkeit erzeugte, das ist selbst im Bereich dieser über den Tag hinaus zu wertenden Propaganda ohne Beispiel. Visionen aus der Schattenwelt des „Dr. Caligari“ tauchen auf, wenn ein Regenmantel durch die dezembrigraue Winternacht schreitet oder ein Herr im Frack und Zylinder sich „gentlemansbewußt“ über einer kubistischen Stadtkulisse aufreckt. Auch ein Ausverkaufs-Fenster, in dem die Vorbereitung einer Dekoration mit den auf Holz aufgeklebten Köpfen des Personals unerhört echt und lebenswahr festgehalten war, erregte in Zürich sehr viel Aufsehen. Damit nicht genug, verfügt PKZ über eine großzügig organisierte Kundenwerbung, die sich über 200 000 Adressen erstreckt und die Schaufensterpropaganda sehr wirksam unter-