



Vielfach ist es lediglich die Ware als solche, die nur, weil sie gebraucht und deshalb im Schaufenster gesucht wird, interessiert und den Beschauer an die Scheibe heranzieht. Schuld an der fehlerhaften Ausdrucksweise im Schaufenster ist einzig und allein die Unkenntnis elementarster Raumauflösung, Flächenverteilung und Warenanordnung. Es ist nicht jedermanns Sache, gefühlsmäßig einen gegebenen Raum so aufzulösen, daß, von der Straße gesehen, ein harmonisches Bild entsteht.