daran denken, daß diese Dinge alle farbig sind. Was für ein Vergnügen, vor solchen Fenstern einen kleinen Bummel zu machen! Daß eine gute Schaufensterdekoration in jedem Fall auf die Vorübergehenden ihre Wirkung ausübt, kann man überall und bei allen Menschen beobachten. Es ist gewiß richtig, daß sich das Publikum in erster Linie für die ausgestellten Waren interessiert — aber die große Kunst der Fensterdekoration ist die, zu erreichen, daß man vor allem stutzt und stehenbleibt. Jeder soll stehenbleiben, auch die Eiligen

(die bekanntlich oft am meisten Zeit haben), und auch diejenigen, die von zu Hause mit der ausgesprochenen Absicht losgingen, woanders etwas zu kaufen. Wenn die Fenster so dekoriert sind, daß der „erfahrene" Auftraggeber sich verzweifelt die Haare rauft und dazu mit klagender Stimme ausruft: „Soo haben wir das noch nie gemacht!" — dann dürfte man diesem Ziel oft schon ziemlich nahe sein.

Anton Sailer



SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id38782187-19410020/46
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT