



Die vorbildliche Ladenfront – die Tür zwischen zwei Fenstern, Metallrahmenkonstruktion, aufgelegte Metallbuchstaben, der Firmenname klar und einprägsam

sich wohl denken. Auch wenn es noch so ein selten schönes Tier ist; der richtige Platz ist es nicht für ihn. Es gibt doch auch Menschen, die keine Hundeliebhaber sind, ja Angst vor ihnen haben.

Nun noch kurz etwas zu der Frage: Soll die Ladentür für Reklame benutzt werden? Soll man Reklamebeschriftungen und Plakate daran anbringen? Im oberen Teil der Tür, also im Blickfeld des Eintretenden, soll keine Reklame zu sehen sein. Zu leicht entsteht sonst in dem Gedankengang des Eintretenden eine Unterbrechung. Bestimmt geschieht dies in solchen Fällen, wo die Reklame durch ihre auffallende Anordnung oder ihre Farben die Aufmerksamkeit stark in Anspruch nimmt. Hinzu kommt

noch, daß die Ware, die durch die Reklame angeboten wird, vielleicht eine ganz andere ist als diejenige, mit der sich der Eintretende in seinen Gedanken beschäftigt.

Empfehlenswert ist, auf der Glasfläche der Ladentür die eigene Firma zu zeigen. Diese kann, wenn sie an der richtigen Stelle, das ist in Augenhöhe, angebracht ist, ganz zurückhaltend sein. Man erreicht mit dem Anbringen der Firma an dieser Stelle, daß der Kunde auch beim Verlassen des Ladens, also beim Schließen der Tür, den Namen des Geschäftes noch einmal liest. Je öfters man eine Firma liest, desto eher bleibt sie im Gedächtnis haften: Ein nicht zu unterschätzender Vorteil für das betreffende Geschäft.

Offt sieht man Ladentüren, an denen hinter der Scheibe ein flacher Ausstellungskasten angebracht ist. Wenn man dadurch auch eine Ausstellungsmöglichkeit mehr hat, darf man doch nicht die Nachteile übersehen. Gerade solche Ausstellungs Kästen an den Ladentüren, ganz gleich, ob sie außen oder innen angebracht sind, lassen sehr oft die Tür als Eingang zum Laden nur schwer erkennen.

Denken Sie immer daran, daß die Ladentür dazu da ist, um Ihren liebsten Gästen, den Kunden, den Eintritt in den Laden zu gestatten. Die Art und Weise, wie die Ladentür angelegt ist und wie sie aussieht, kann für den Kunden ein herzliches Willkommen bedeuten. Im umgekehrten Falle aber auch schon beim Eintritt in das Geschäft eine Abneigung auslösen. Vielleicht schenken viele, veranlaßt durch diese Zeilen, ihrer Ladentür etwas mehr Aufmerksamkeit, als es bisher der Fall war. (1/3)

E. Rautenberg.

## Wie soll unser Laden aussehen?

Von Dr.-Ing. Paul Zucker, Architekt B. D. A.

Je kleiner und kostbarer die Gegenstände sind, die in einer Verkaufsstätte feilgeboten werden, desto schwieriger ist die wirkungsvolle räumliche Gestaltung der Ladenfront und des Ladeninnern. Denn sie sollen ja nicht nur einen möglichst zweckentsprechenden Rahmen für die Verkaufshandlung an sich bilden, sondern auch vor allem anlocken, d. h. Werbezwecken dienen. Natürlich ist es viel leichter, mit Seidenstoffen, Würsten, Schuhen ein wirkungsvolles Schaufenster zu gestalten als mit kleinen Schmuckgegenständen oder Uhren. Die Wirkung der Anhäufung und der Masse der zu verkaufenden Gegenstände fällt als Mittel der Werbung im Schaufenster für Uhren u. dgl. völlig fort. Und das entgegengesetzte Prinzip, ganz vereinzelt Kostbarkeiten in einem anspruchsvollen Rahmen darzubieten, schaltet als Form der Darbietung heutzutage aus wirtschaftlichen Gründen leider völlig aus.

Von diesen Überlegungen muß ausgegangen werden, wenn man sich über die Grundsätze der Gestaltung des Uhrenladens als Ganzes klar werden will. Das Schaufenster ist so entscheidend wichtig für die wirtschaftliche Funktion, daß um seiner wirkungsvollen Gestaltung willen unter Umständen auch Nachteile im Innern in Kauf genommen werden müssen, wenn es gar nicht anders geht. Denn die ideale Lösung, daß sowohl außen wie innen alles reslos befriedigend gestaltet werden kann, wird sich nur selten ermöglichen lassen, da ja in den meisten

Fällen die Läden in die Erdgeschosse schon bestehender Häuser eingebaut werden müssen.

Wir wollen uns jetzt darüber klar werden, wie die einzelnen Elemente des Ladens ausgestaltet werden sollen. Zunächst

### die Ladenfront.

Die Öffnung der Ladenfront soll sich so weit erstrecken, wie es technisch irgend möglich ist, unter Umständen mit Hilfe eingezogener Träger usw. Jede mögliche finanzielle und technische Anstrengung lohnt hierfür, und zwar nicht etwa, um die Möglichkeit zu haben, mehr Einzelgegenstände im Fenster unterzubringen, sondern weil Wesen und Eigenart von Uhren, Juwelen usw. nur bei hellster Beleuchtung entsprechend werbekräftig hervortreten können. Wenn möglich soll auch die Ladentür aus Kristallglas in schmalen Metallrahmen bestehen. Es ist heute möglich, durch ganz einfache Gummieinlagen, wie sie an Automobillüren benutzt werden, das Glas im Metallrahmen so elastisch aufzuhängen, daß es bei Stößen, Zuschlagen usw. genau so widerstandsfähig ist wie eine gleichstarke Holzplatte. Der Türgriff soll zweckmäßig gestaltet sein, um dem Käufer das rasche Öffnen der Tür, Eintreten und Schließen zu erleichtern.

Der ideale Fall ist gegeben, wenn das Mauerwerk des bestehenden Hauses es technisch erlaubt, entweder ein großes Fenster und eine daran anschließende Tür oder – noch besser – eine Tür zwischen zwei kleineren