

Zeitschrift: Saiten : Ostschweizer Kulturmagazin
Herausgeber: Verein Saiten
Band: 12 (2005)
Heft: 140

Artikel: Schaufensterschau
Autor: Stieger, Jaohannes
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-885285>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



SCHAU FENSTER SCHAU

Längst zeigen die Banken und Beizen alles, was sie haben. Jetzt ziehen auch die Läden nach und machen ihre Kunden zu Schaufensterpuppen. Wo sind bloss die Dekorateurinnen hin?
von Johannes Stieger

16

Die Gassen scheinen aus Schaufensterglas gebaut. In den Einkaufsgassen der St.Galler Innenstadt reiht sich Fenster an Fenster. Hinter den Scheiben folgt nicht direkt der Laden, dazwischen hat es Raum, und der will gefüllt sein. Dekorateurinnen, die guten Seelen in der Einkaufswelt, klagen, es stehe nicht gut um diesen Platz, der sich vermittelnd zwischen den auf der Gasse flanierenden Einkäufern und den Läden stellt. Die Profis sagen, zuviel würde von den Ladenbesitzern und ihren Verkäufer-Lehrlingen selbst Hand an die Puppe gelegt. Es sei kein Geld in der Kasse, oder anders gesagt, es würde am falschen Ort gespart. Lieblos sind die Waren hinter dem Schaufensterglas arrangiert. Die Aufgabe eines Schaufensters sei es, die Menschen auf der Strasse zu packen. Und dafür bleibt nicht viel Zeit, wenn die Menschen durch die Gassen hetzen.

Ein kleiner Stadt-Spaziergang in winterlicher Frische zum Globus zeigt, wie es um die Füllung der städtischen Schaufenster steht. Mit dem Globus und dem Schuhladen Max stehen hier zwei Beispiele, das erstere ein klassisches

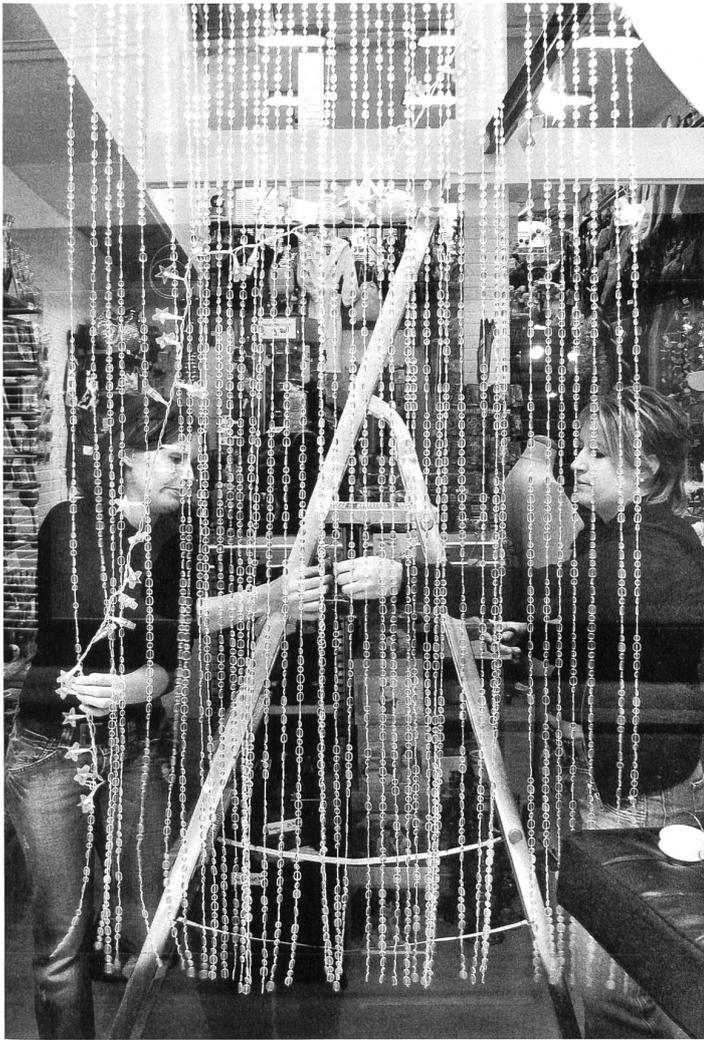
und das zweite eines für die Zukunft. Beim ersten legte die hauseigene Dekorations-Abteilung Hand an. Aus diesen Schaufenstern dringt Stimmung auf die Gasse. Eine Geschichte wird erzählt, und Menschen haben daran gearbeitet, ein kleines Bühnenbild aufzustellen. Dreht man sich und schaut bei Max ins Fenster, wird der Unterschied klar. Hier hat kein Dekorateur Skizzen gemacht und nach Ideen gesucht. Einfacher und billiger ist es, den Laden zum Schaufenster zu machen, so braucht es keine Puppen und keinen Silch, keine Plexiglas und kein Holz und somit auch keinen Dekorateur. Der Kunde selbst ist die Dekoration.



Hinter Schaufensterglas werden schon lange nicht mehr nur Konsumgüter ausgestellt. Nicht nur in Zürcher Trendquartieren werden Wurst-, Blumen- und Gemüseverkäufer verdrängt, damit sich hinter den Scheiben Grafiker, Architekten oder Redaktoren über ihre Arbeit beugen können. In unseren Zurschaustellzeiten, wo jeder und jede das Leben wie ein Theaterchen nach aussen kehrt, sieht man

in tolle Wohnungen mit tollen Möbeln und gefüllten Bücherregalen. Flaniert man am Café Süd vorbei, muss man zwanghaft reinschauen, und dann starren zig zufriedene Augenpaare zurück. Wie in einem für den Alltag inszenierten Bild sitzen die Menschen da. Alles ist offen, und was nicht offen ist, ist verdächtig. Alles darf immer begafft werden, und zeigt man selbst nicht alles, setzt man sich der Kritik und dem Verdacht aus, man verstecke etwas. Wo Glas ist, ist was zu sehen und da soll auch ungeniert reingeschaut werden. Schliesslich, so die allgegenwärtige Botschaft, hat niemand etwas zu verstecken.

Das geht soweit, dass man im Bleicheli den Bankern unter die Tische sieht. Auch beim Restaurant nebenan trifft man auf Schaufenster. Dort darf der vorbeikommende Flaneur den Gästen ungeniert in die Teller und auf die Beine stieren. Die Gäste sitzen ausgestellt und inszeniert da und werden kauender und verdauender Teil der Inneneinrichtung. Was damit gesagt wird, ist klar: Du kannst alles sehen, also vertrau mir. Diese einfache Formel wird praktiziert wie nie. So präsentieren sich auch die Schalterhallen der Banken als grosse Schauräume ohne Panzerglas und vermitteln



Letzte St.Galler Schaufenster beweisen: Der ernstgemeinte Schnörkel sagt mehr aus als die verkaufsoptimierte Linie. Fotos: Daniel Ammann

Kundennähe und grenzenloses Vertrauen. Alles wird ausgestellt, alles gezeigt. Transparenz weckt aber auch Gelüste. So ist der beste und treueste Freund des Ladenbesitzers nicht mal der Kunde, sondern das Sicherheitsglas. Meint es einer wirklich ernst, fährt er mit dem Auto durch die Scheibe in den Laden.



Der allgemeine Drang, den Innenraum nach draussen zu stülpen, nimmt immer mehr auch bei den Läden überhand. Das Schaufenster zeigt nicht mehr eine ausgewählte Warenwelt, sondern direkt das einkaufende Leben. Bei vielen grossen Läden wird die Kulisse nicht mehr im Zwischenraum von Gasse und Verkaufsraum aufgebaut. Der Laden selbst wird zur Bühne, bis sich in der Möbelboutique der Arbeitspult vom Verkäufer mit den zu verkaufenden Möbeln mischt. Die einkaufenden und arbeitenden Menschen im Laden selbst werden zur Kulisse. Die Schaufensterpuppe kriegt Konkurrenz von den richtigen Menschen. Im Schuhladen wird gut ausgeleuchtet vor der Gasse als Zuschauerraum ausgesucht und Probe gelaufen. Wie bei den Beizen wird auch

im Detailhandel immer mehr mit dem richtigen Leben geblufft. Und ein Zwischenraum, der Platz zum Träumen lässt, verschwindet.

Ein Raum, der um einiges mehr mit dem richtigen Leben zu tun hat als sortierte Schuhe und Pullover in überzüchteten Regalen, zwischen denen Kunde König seiner Königin neue Socken präsentiert. Der ernst gemeinte Schnörkel sagt mehr aus und geht einem schneller ins Herz als die kühle und verkaufsoptimierte Linie. Ist der Laden das Schaufenster, basteln irgendwann keine Lehrlinge mehr skurrile Szenarien aus Pappmaché, keine Dekorateur kämpfen im Schaufenster mit den widerspenstigen Puppen, bis der Kashmir-Pullover montiert ist. Interessante Räume sind wie interessante Menschen, die haben Furchen und Ecken und Kanten. Fällt der Zwischenraum Schaufenster weg, bleibt nur noch das Produkt, und dann muss der Kunde die Lücke füllen, will heissen, das Produkt und der Kunde werden eins.

Johannes Stieger, 1979, ist Gestalter in St.Gallen.

FÜR SIE! **Das Freiland-Ei**

Sonntagmorgen: Draussen scheint die Sonne. Ich sitze am Tisch, geniesse Milchkaffee, Zopf und ein Frühstücksei. Das Ei hat ein glückliches kagfreiland-Huhn gelegt. Tatsächlich? Ob die Henne nach dem bundesrätlichen Freilandverbot immer noch so glücklich ist? Fertig mit Sandbaden unter der Sonne und Würmer Picken auf der Wiese. Wenn die Vogelgrippe-Hysterie um sich greift, haben die Freilandhühner nichts mehr zu gackern. Dem kagfreiland-Ei halte ich trotz allem die Treue. Und ich hoffe, dass «meine» Henne bald wieder aus dem Stallarrest entlassen wird. Lang lebe die Henne. Natürlich im Freiland. Katrin Braun arbeitet im Stadtladen St.Gallen, dem Laden für biologische Lebensmittel.