

50 Jahre Schaufenstergestaltung

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Die Berner Woche**

Band (Jahr): **33 (1943)**

Heft 41

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-648442>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



1908 Das Schaufenster aus der Zeit des Jugendstils. Es ist vom Boden bis zur Decke total ausgefüllt mit Ware. Der Kauflustige findet alles, was zum Verkauf kommt, im Fenster zur Wahl. Der Auskleidung der Rückwand und Seitenwände wurde gar keine Aufmerksamkeit geschenkt

50 Jahre Schaufenstergestaltung



1926 Das Schaufenster aus der Zeit 1920—1925. Dieses ist schon sehr viel sachlicher gestaltet, mit einem werbenden Motiv als Mittelpunkt. Geometrische Formen herrschen etwas hart vor, doch strenge Gruppen lassen die Ware sehr gut hervortreten. Gut eingegliederte Textplakate wirken werbend

Die Zeit verändert alles und verwandelt die Gegenwart in die Vergangenheit, das Neue in das Alte, und nur, was wirklich gut und wertvoll erschien, konnte die Zeit überdauern. Was wir aufgebaut und geschaffen haben, konnte nur auf den Fundamenten des Gewesenen geschehen, und nur die Geschichte vermag über die Entwicklung ein klares Urteil abzugeben. Die Berner Lauben überdauerten Epochen und Schicksale, und unter ihren Bogen spielte sich ein Kommen und Gehen ab, von dem doch Spuren übrigblieben. Es äussern sich geschichtliche Tatsachen auf verschiedene Weise, und so erscheint uns die Art, den Werdegang eines Geschäftshauses durch die zeitentsprechende Wandlung ihrer Schaufenster wiederzugeben, originell und verdient Beachtung.

Die Schaufenster der Firma Zigerli & Cie. AG. in Bern vergegenwärtigen in ihrer Form vier verschiedene Epochen, die zusammen volle 50 Jahre umfassen.

Die erste Form des Schaufensters stammt aus den Jahren nach der Gründung (1893) und steht noch ganz im Zeichen des Jugendstils.

In der zweiten Abbildung des Schaufensters sehen wir die geschmackliche Richtung der Nachkriegszeit von 1920—1925 deutlich ausgeprägt. Es zeichnet sich hier nun schon eine «Gestaltung» der Ausstellung ab; man sucht nach grösserer Wirkung des Schaufensters.

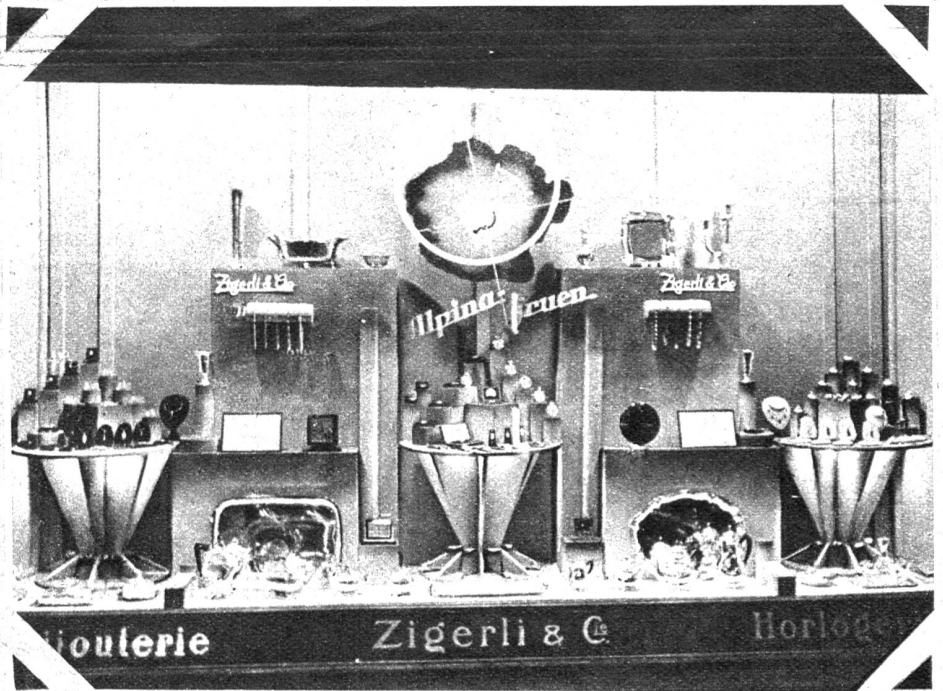
Im Schaufenster der «Listra» (Berner Lichtwoche) sind die alten Einrichtungen, Tablare usw. herausgenommen worden, um ein möglichst einheitliches Bild zu erhalten. Ein Plakat dient als Motto. Jeder einzelne Gegenstand soll zur Geltung kommen, das Ganze nicht als «Masse» wirken. Durch das Vielerlei wird die Grosszügigkeit der Dekoration aber noch sehr beeinträchtigt.

Die neueste Umgestaltung des Schaufensters (1942) verzichtet auf einen grossen Teil des verfügbaren Raumes zugunsten einer konzentrierteren Wirkung. Das Gesamtbild ist gelöster, angenehmer. Es wird zwar weit weniger Ware gezeigt, aber jedes einzelne Schmuckstück, jede Uhr, findet grössere Beachtung. Hell leuchtet das Schaufenster in den Laubenbögen, der Menschenstrom zieht vorbei, das Leben geht seinen Gang und wird von Tag zu Tag, von Woche zu Woche, von Jahr zu Jahr wechselnder. Die Schaufenster werden das äussere Bild der Lauben beeinflussen, in ihrem Werdegang wird sich eine neue Geschichte widerspiegeln, die Berner Lauben aber werden bleiben, so wie sie sind — als Wahrzeichen unserer Stadt.

1893

1943

unter
den Lauben
Berns



1934 Das Schaufenster während der Listra 1934. Es ist das erste, mit neuen Elementen gestaltete Fenster. Eine Loslösung von der Symmetrie ist noch nicht erfolgt, doch wirkt das ganze Schaufenster als einheitliches Bild

Zigerli & Co



1943

Das Schaufenster 1943. Die Wirkung ist ruhig, die symmetrische Anordnung wurde verlassen, dafür wurde die Ausstellung möglichst angenehm aufgelockert. Jedes einzelne Stück kommt gut zur Geltung. Der Blumenstrauß gehört nicht zur Reklame, erzielt aber eine freundliche Wirkung. Der Schaufensterraum ist verkleinert und vereinheitlicht worden

(Schaufenster der Firma Zigerli & Co. AG., Bern)