



Mit kühnen Entwürfen haben Designer aus schönen Läden tolle Konsumtempel gemacht

Gekauft wurde schon immer. Seit den zwanziger Jahren entwickelten Geschäfte aber das, was man heute Marketingstrategien nennen würden: Sie begannen, ihre Waren in Schaufenstern zu präsentieren – und quasi die Passanten herbeizuwinken mit überdimensionierten Auslagen. In Amerika entwickelte sich ein spezielles Schaufensterdesign, dessen Ästhetik Edward Hopper in seinen Gemälden immer wieder aufgriff. Die großzügigen Fensterfronten wollten die Waren in die Öffentlichkeit bringen, während Hopper durch die Glasfronten existenzielle Zustände sichtbar machte. Das Bildband „Shop America“ (Taschen, 246 Seiten, 39,99 Euro) stellt nun zahlreiche Entwürfe für Schaufenster vor, die zwischen 1938 und 1950 entstanden. Kühne Zukunftsvisionen für schöne Bäckereien, stylische Experimente fürs Reisebüro. Die Zeichnungen sind eine ästhetische Augenweide, das Design spiegelt zwar häufig den damaligen Zeitgeschmack, ist aber von erstaunlicher Frische und Modernität. Interessant ist der Essay von Steven Heller, aber so sehenswert die Zeichnungen sind, für den Hausgebrauch hätte ein kleine Auswahl genügt – während die Menge an Entwürfen nun eher erschlägt. (adr) Fotos Taschen