

novum
P R A X I S

Lothar Halbhuber

SCHAUFENSTER GESTALTUNG

Bruckinann

Inhalt

<u>Einleitung</u>	6
Werbepsychologie-Zielgruppen-Aufgaben eines gut gestalteten Schaufensters	
<u>Kapitel eins</u> Werbe-und Gestaltungsidee	13
<u>Kapitel zwei</u> Blickrichtungen	20
Verhaltensweisen und Blickrichtungen des Passanten - Das Sehfeld - Das Raumbild	
<u>Kapitel drei</u> Die optische Einheit der Schaufenstergestaltung	31
Gruppenprinzip-Rang-und Stufenordnung	
<u>Kapitel vier</u> Waren- und Dienstleistungen / Fensterarten	35
Hartwaren -Textilien - Lebensmittel - Dienstleistungen - Das Sortiments-oder auch Gemischtfenster-Das Markenartikelfenster - Das Preis- oder auch Stapelfenster - Das Informationsfenster- Das Phantasie-, Ideen- oder Imagefenster	
<u>Kapitel fünf</u> Der Entwurf	38
Ist Schönheit errechenbar? - Komposition - Beispielhafte Schaufensterdekorationen-Körper-und Raumdarstellung-Daumen nagelskizzen	
<u>Kapitel sechs</u> Einige Grundkenntnisse	65
Bespannen von Rahmen und Flächen - Tapezieren - Preisschilder-Farbkontraste-Ellipsenkonstruktion -Beschriftung - DIN-Formate - Saison-Jahresplan - Fensterbuch	
<u>Kapitel sieben</u> Beleuchtung	82
Grund-oder Allgemeinbeleuchtung-Lichttechnische Sondereffekte-Effekte durch akzentuierte Beleuchtung-Rampenlicht - Sicherheitsbestimmungen	
<u>Kapitel acht</u> Einzelelemente der Schaufensterdekoration	89
Aufbauelemente und Präsentationshilfen - Büsten, Torsen, Klötze - Schaufensterfiguren - Abstände	
<u>Kapitel neun</u> Nützliche Hinweise und Kontrollfragen zur fertigen Schaufensterdekoration	92
<u>Anhang</u> Literatur-Register-Bildnachweis	94