

Inessive Schaufenster

1. Zumeist werden Schaufenster nicht als selbständige Objekte, sondern als Randelemente zwischen dem Außen und dem Innen eines Systems aufgefaßt. In diesem Fall sind sie Teilmengen der Fassaden und stellen somit die maximale Form der beiden Objektinvarianten Objektabhängigkeit und Nicht-Detachierbarkeit dar (vgl. Toth 2012). Als transparente Elemente vermitteln sie nicht nur zwischen Außen und Innen, sondern sie zeigen die in ihnen präsentierten Waren, d.h. aber sie re-präsentieren sie und erheben diese Objekte somit in einen semiotischen Status. Denkt man sich umgekehrt die Schaufenster weg, dann entsteht eine exessive Relation zwischen den Waren und den Subjekten, die sie von Außen betrachten. Dies ist dann der Fall der Marktstände und Buden. Hier sind die Objekte, die ja für die in diesen Buden hergestellten Produkte werben, nur qua sich selbst semiotisch, d.h. die Waren fungieren als Ostensiva. Die semiotische Transformation von ostensiven zu vermittelten Objekten geschieht also durch die Anbringung einer transparenten Trennung/Vermittlung zwischen Außen und Innen eines Systems, d.h. zwischen ihm und seiner Umgebung, in welcher die Subjekte sind, welche auf die Waren aufmerksam gemacht werden sollen. Objektal wird durch die Anbringung einer Fensterscheibe die exessive Relation aufgehoben. Ist die Scheibe ins System hineinversetzt, haben wir eine neue exessive Relation. Dadurch entstehen externe Objekte, die an Fensterbretter erinnern.



Rämistr. 31, 8001 Zürich

Die nächste Transformation betrifft die Herauslösung der Schaufenster als Teilsysteme aus ihren übergeordneten Systemen. Sie werden dadurch adessiv.



Schützengraben 38, 4051 Basel

Ein nächster Transformationsschritt ist die Erweiterung adessiver Schaufensterrelationen zu Übereck-Relationen.



St. Jakobstr. 39, 8004 Zürich



Seestr. 17, 8002 Zürich

2. Damit sind wir bei den v.a. in den 1930er-Jahren konstruierten inessiven Schaufenstern angelangt. Interessanterweise sind diese Inseln aber fast ohne Ausnahme Teilmengen neuer exessiver Relationen, d.h. die Eingänge und meist auch weitere Schaufenster sind von Außen betrachtet in die Gebäude hineinversetzt. Dieser objektalen Struktur liegt offenbar eine interessante semiotische Strategie zugrunde: Der Kunde bekommt sozusagen einige Schmanckerln vorgesetzt, die ihn dazu verleiten sollen, den Laden schließlich zu betreten. Ferner stammen die inessiven Schaufenster aus einer Zeit, in der sich die Familie am Sonntag zu einer Schaufenster-Besichtigung in die Innenstadt aufmachte, d.h. die von allen vier Seiten zugänglichen inessiven Schaufenster machen quasi teilweise die temporäre Nicht-Zugänglichkeit des Ladens wett.



Tübinger Str. 18, 70178 Stuttgart



Sophienstr. 25, 70178 Stuttgart



Feldpausch, Bahnhofstr. 88, 8001 Zürich (1980er Jahre, inzwischen abgerissener Altbau. Photo: www.hochparterre.ch)

Literatur

Toth, Alfred, Systeme, Teilsysteme und Objekte I-IV. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics 2012

15.11.2013