

Weihnachtszauber hinter Glas

Die Idee für unsere diesjährige Weihnachtsdekoration in den Globus-Warenhäusern habe ich vor zwei Jahren entwickelt – so lange dauert jeweils die Vorlaufzeit. Ich habe mich für «Scandinavian Christmas» entschieden, weil bereits damals absehbar war, dass das nordische Design wieder in Mode kommen würde. In die Schaufenster haben wir nun eine Art Kästen eingebaut, die abwechslungsweise jeweils Innen- und Aussenansichten skandinavischer Häuser zeigen. Man sieht also entweder in ein Wohnzimmer, in dem der Weihnachtsbaum steht und Kerzen brennen, oder man blickt in eine winterliche Landschaft. Wir wollen eine weihnachtliche Stimmung vermitteln, ohne ins Kitschige abzudriften. Die Schaufenster werden zuerst mit glitzernden Christbaum-Kugeln verziert. Wenn das Weihnachtsfest näher rückt, schmücken wir sie mit kleinen Geschenken; das kann ein Parfüm sein oder auch ein Paar edle Schuhe.

Für mich sind die Schaufenster die Augen eines Warenhauses. Der Blick der Passantinnen und Passanten soll daran hängen bleiben, wir wollen ihre Neugier wecken und sie ins Haus locken. Grundsätzlich gilt, dass in einem guten Schaufenster nicht allzu viel Ware herumstehen sollte. Wenn es überfüllt ist, nimmt man es beim Vorbeigehen gar nicht recht wahr, und man kommt kaum auf die Idee, es in aller Ruhe zu betrachten. In der Adventszeit verhält es sich vielleicht etwas anders. Weihnachten weckt nostalgische Gefühle, und so bleibt man auch vor einem etwas üppiger, verspielt dekorierten Schaufenster, das einen an die Kindheit erinnert, einmal längere Zeit stehen. Oft sind es ja auch Kinder, die vor Weihnachtsfenstern Halt machen und die Eltern dazu zwingen, ebenfalls hinzuschauen. Mit den Schaufenstern allein ist es allerdings nicht getan. Idealerweise zieht sich der Dekorationsstil durch das ganze Geschäft: Es ist doch ein grosser Frust, wenn die Schaufenster zwar wunderschön sind, das Innere des Hauses aber ganz anders aussieht.

Hinter jedem unserer Dekorationskonzepte steckt eine minutiöse Planung, denn alle unserer Häuser müssen identisch ausgestattet werden. Wenn ich mich für einen bestimmten Stil entschieden habe, beginne ich, das Drehbuch zu erarbeiten: ein dicker Ordner mit Skizzen, Fotos und Mustern, der den Leitern der Deko-Teams als Arbeitsinstrument zur Verfügung gestellt wird. Anschliessend werden die Schaufenster und die übrigen Dekorationen in einem riesigen Raum aufgebaut, wo wir sie den Deko-Chefs präsentieren. Teilweise bauen wir auch Modelle der Schaufenster, um die Proportionen aufzuzeigen. Das Drehbuch definiert, in welchen Bereichen des Hauses bestimmte Gestaltungselemente eingesetzt werden, wo welche Lampen zu stehen kommen, wie sie geschmückt werden oder wo man Kerzenständer hinstellen soll. Das Konzept «Scandinavian Christmas» beispielsweise sieht vor, dass die Wände der Jeans-Abteilungen mit Hirsch- und Elchköpfen aus Sperrholz geschmückt werden, in der Lingerie gibt es goldene Kronleuchter, und im Kinderbereich hängen an der Decke Kränze mit Tierfiguren aus Stoff, die eine dänische Designerin kreiert hat. Unsere Dekorationen sind freilich kurzlebig; sechs- bis sieben Mal pro Jahr werden sie komplett ausgewechselt. Das bedeutet, dass die Angestellten bereits am 24. Dezember nach Ladenschluss mit dem Abräumen beginnen. Viele erscheinen am 26. und am 27. Dezember bereits zu Unzeiten früh am Morgen wieder zur Arbeit, weil dann die Ausverkaufsplakate aufgehängt werden müssen. Ich persönlich mag keinen Geschenkerummel, und ich halte mich absichtlich davon fern. Weihnachtsgeschenke für die Familie besorge ich lange im Voraus, zum Beispiel auf meinen Reisen an Fachmessen in Europa oder Fernost. – Womit ich mich im Moment beschäftige? Mit der Sommerdekoration des Jahres 2010. Und gedanklich befasse ich mich bereits mit Weihnachten in zwei Jahren. 🙌

FOTO: Gaëtan Bally
INTERVIEW: Rebekka Haefeli