

DIE ZEICHEN AN DER WAND

Bayerns Museumsmacher über Schrift im öffentlichen Raum

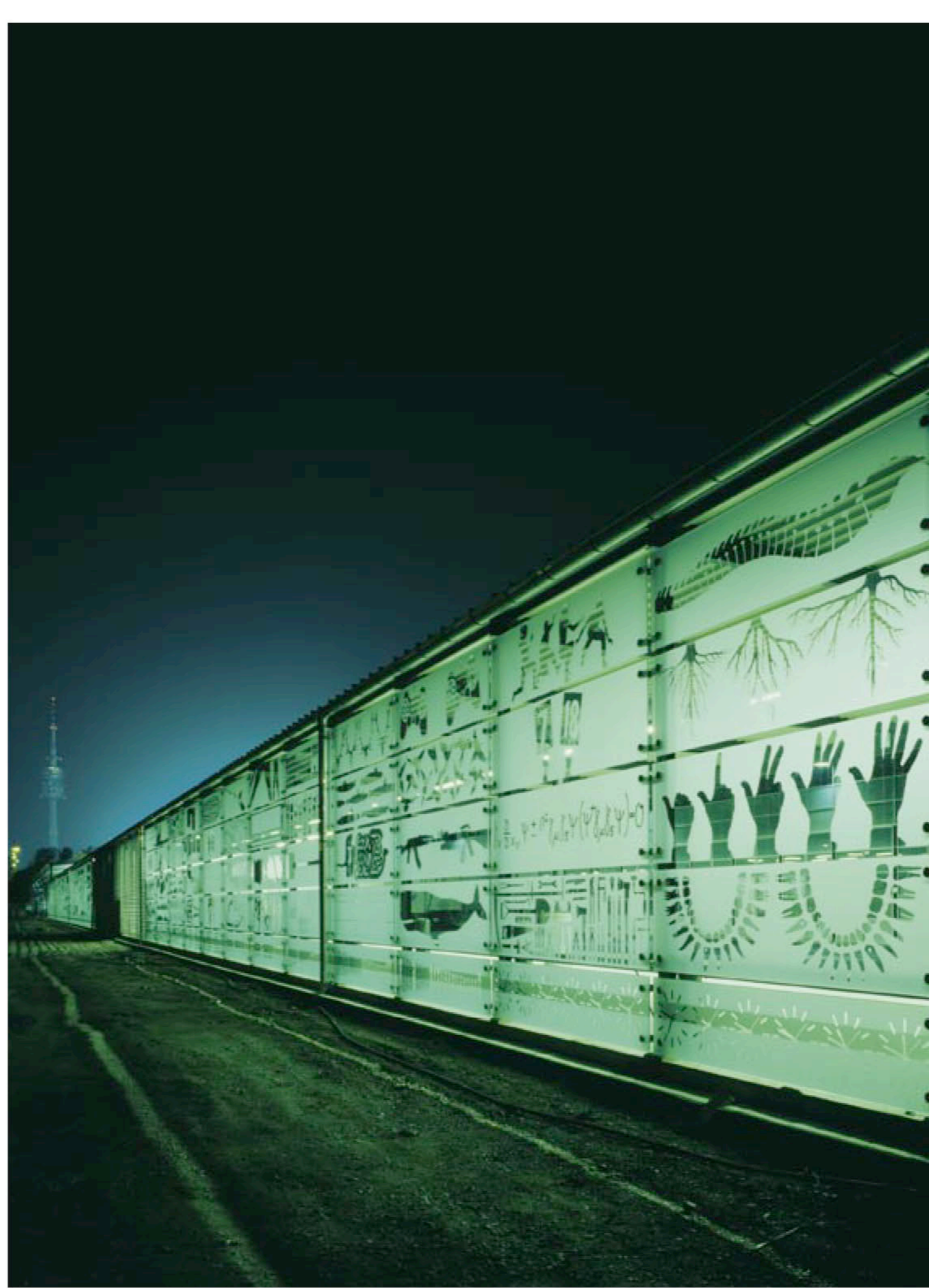
Text: Friederike Girst

Verwiesen in Pompeji noch Steinphalli auf Freudenhäuser, so lockt heute das „Eros-Center“. Ein Wandel weg vom Bild hin zur Schrift, möchte man meinen, wäre dieses Beispiel tatsächlich Anzeichen eines Paradigmenwechsels durch die Jahrhunderte. Im Zeitalter des Auges mag sich vermutlich aber auch das Gegenteil konstruieren lassen. Erst in den vergangenen Jahren etwa wurden die legendären „Walk/Don't Walk“ Schilder auf den Straßen Manhattans durch ein laufendes Männchen und eine rot blinkende Hand ausgetauscht. Es kann genauso gut sein, dass die Globalität einen Wandel von Schriftzeichen zu Piktogrammen mit sich bringt. Professor Friedel, Direktor des Lenbachhauses München, billigt zwar medial erfolgreichen Schriftzügen den Status von „icons“ vor allem in der Kombination mit prägnanten Farben zu, die die Wiedererkennbarkeit steigern (Allianz, E.ON, aber auch Porsche), sieht jedoch aufgrund der Internationalität und des Durchsetzungsgrads von Piktogrammen sich eine „universale Sprache anbahnen.“

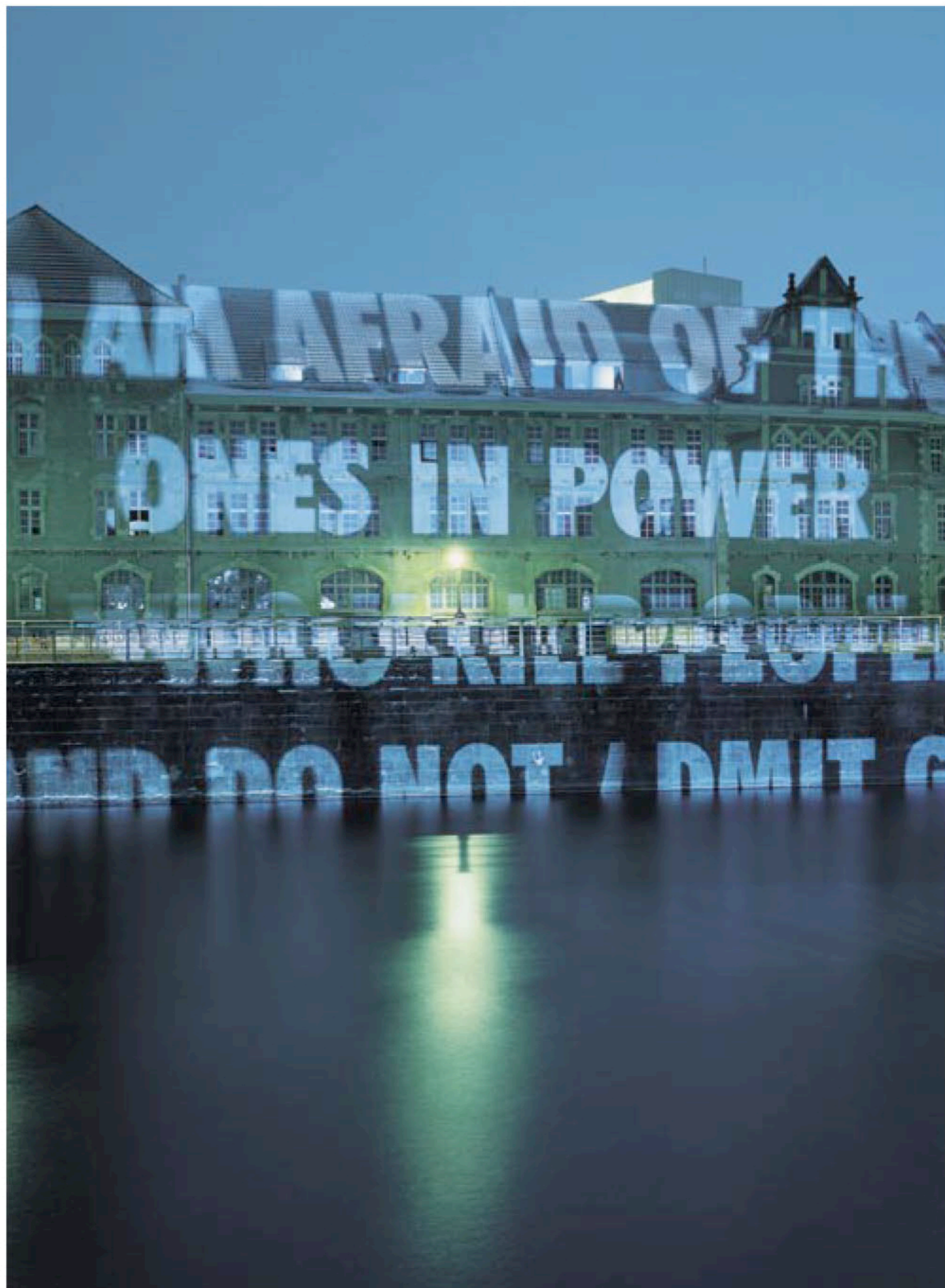
Natalie de Ligt, Direktorin des Kunstvereins Nürnberg, ist ähnlicher Ansicht, selbst wenn sie darin noch keinen Trend hin zu „icons“ ausmachen kann, die sie vor allem dort bemerkt, „wo aufgrund von Tourismus oder Geschäftsverkehr eine zunehmende Fluktuation besteht.“ Bernart Schwenk, Chefkurator der Pinakothek der Moderne, führt diesen Gedanken noch fort: „Grundsätzlich glaube ich schon, dass es mehr ‚icons‘ gibt als früher – analog auch zu einer generell stärker bildorientierten Kommunikation. Die Menschen sind mobiler geworden und finden sich häufiger als früher an unterschiedlichen und fremden Orten wieder. Daher haben vor allem Orte, die mit Transport und Verkehr zu tun haben, einen stärkeren Wandel mitgemacht von der typographischen zur bildlichen Information, weil mit Hilfe von Ikonen (meist Piktogrammen) Orientierung leichter fällt und Entscheidungen schneller zu treffen sind. So ist es selbst auf entlegenen Flughäfen kein Problem mehr sich zurechtzufinden, weil sich die Symbole (Gepäckaufbewahrung, Ticketausgabe, Notausgang – übrigens häufig in der Kombination mit – englischer – Typographie) immer mehr angleichen. Interessanterweise gibt es nach wie vor das Wort EXIT. Es wirkt offenbar so gut wie ein Bild.“

Sowohl Friedel als auch de Ligt räumen ein, dass es vor allem die Werbung ist, die das typographische Erscheinungsbild des öffentlichen Raums prägt. Trotz aller Dominanz der Produktwerbung findet Helmut Friedel „Inschriften an Fassaden, ob in Stein gehauen oder Neonschriften (...), immer noch nachhaltiger als Werbesprüche auf Plakatwerbung. Schriftsysteme der Orientierung in einer Stadt sind wesentlich

„JPG“, „PDF“, „HTTP“
ODER „GIF“ SIND JEDEM
COMPUTERNUTZER
GELÄUFIGE ABKÜRZUNGEN.
NUR FÜR WAS STEHEN
SIE? ODER ANDERSHERUM
GEFRAGT: WENN DAS
INTERNET ÖFFENTLICHER
RAUM IST, WEICHT DIE
TYPOGRAPHIE EBEN GENAU
DORT IHRE GRENZE ZUM
PIKTOGRAMM AUF, WO BUCH-
STABENFOLGEN KEINEN
SINN MEHR ZU
ERGEBEN SCHEINEN?



© VG Bild-Kunst, Bonn 2007 / Newyorkische Hofmüllerei GmbH



© Dercon for Berlin © 2006 Jenny Holzer, member Artists Rights Society (ARSA), NY / VG Bild-Kunst, Bonn 2007 / Moritz Späth/Phibonema Magazin, Köln, München
Magdalena Späth/1999

als temporäre Werbeauftritte; also das Straßenschild bedeutsamer als Produktwerbung“. Schwenk ficht das nicht an: „Viele Firmen machen durch ihre Typographie wirksam auf sich aufmerksam (Paradebeispiel ist der verschlungene Coca Cola Schriftzug, aber auch viele Modefirmen wie Louis Vuitton, Chanel, Prada kommunizieren signifikante Schrift-Bilder). Darüber hinaus gibt es aber vor allem in Deutschland Schrift-Klassiker: Straßennamen, Ortsschilder (in Gelb), U-Bahn-Schilder, Autobahnschilder, etc.“

Dass Werbung die Typographie im öffentlichen Raum bestimmt, stört Chris Dercon, Direktor des Haus der Kunst München, ganz und gar nicht. Er verweist noch auf in der digitalisierten Welt fast archaisch anmutende Urformen der Typographie: So wird noch heute das Stadtbild Londons durch Poster geprägt, auf denen Zeitungverkäufer selber die Headlines des Tages so auf Papier pinseln, dass sie möglichst viel Aufmerksamkeit erregen. Zudem macht Dercon nationale Unterschiede aus. Während ihm vor allem deutsche Wahlposter langweilig erscheinen, so schwärmt er im selben Atemzug: „Die Typographie in holländischen Städten, das ist der Himmel! Sie hat sich in ein Theater oder in die Denkweise eines ‚graphischen Systems‘ entwickelt, von ‚Total Design‘ über Irma Boom, Mevis en Van Duersen bis hin zu Annelies de Vet. Sie alle scheuen keine Visualisierung einer ‚Theorie der Komplexität‘, aber wie erst kürzlich in einem kritischen (historischen!) Vortrag von ‚2x1‘ über niederländisches Graphikdesign angemerkt, birgt der Glaube an (Über-)Organisation auch stets eine Gefahr.“

Ob ein typographischer Auftritt denn nun besonders gelungen sei oder eben nicht, steht für Friedel wiederum nicht zur Debatte. Eher ginge es um „erfolgreich oder nicht. Zu den weniger geglückten Typographien würde ich vielleicht die Buchstaben DB der Deutschen Bahn zählen, aber erfolgreich wird das Signet schon sein“. Zum selben Thema bemerkt Schwenk: „Gelungen: Die Typographie der Deutschen Bahn, wie deren ‚Corporate Identity‘ generell. Weniger gelungen sind modische Typographien wie die der Deutschen Telekom (in sich schlüssig, aber irgendwie zeitabhängig).“

Geht es um Kunstprojekte im öffentlichen Raum, die erfolgreich mit Schrift arbeiten, so kommt Dercon zuvörderst der Amerikaner Lawrence Weiner in den Sinn. Friedel denkt vor allem an Jenny Holzer sowie an die Schriftarbeiten Maurizio Nannuccis. Friedel möchte dabei den Begriff des „öffentlichen Raums“ um das Internet erweitert sehen, wo die Typographie selbst in bild- und videolastigen Zeiten von Vod- und Podcasts, YouTube und MySpace eine „zentrale Rolle“ spiele. Für Bernhart Schwenk sind besonders die Künstler erfolgreich, die sich auf Schrift im öffentlichen Raum beziehen und diese neu kontextualisieren. Man erinnere sich an Peter Friedls *Kino* auf der Documenta-Halle in Kassel (1997), in der sich aber gar kein Kino befand. Gelungen auch die Schrift-Laufbänder von Jenny Holzer am Times Square, die Arbei-



links Jenny Holzer: Neue Nationalgalerie, Projektion des Textes *Arno* auf das Alte Museum in Berlin, 05.02.2001.
oben Blick zwischen Fassade und Kubus mit künstlerischem Beitrag von Rémy Zaugg, Neues Museum Nürnberg.

ten von Hans Haacke (*Der deutschen Bevölkerung*), Rémy Zaugg, Heiner Blum, Rogelio López Cuenca (Arbeit für die Biennale Istanbul 2003) oder Huseyin Alptekin (für die Manifesta in San Sebastian 2004).

Im Museum als öffentlichem Raum kämen sicher noch die Wortbilder Christopher Wool's sowie Ed Ruschas Wortlandschaften als auch Richard Prince's auf Leinwand geschriebene Kalauer, die Kreidetafeln von Joseph Beuys und Deborah Grant, die aus Nägeln geformten Worte Günther Ueckers oder die mit zahlreichen persischen Schriftzeichen versehenen Fotografien Shirin Neshats hinzu. Ben Vautier sowie On Kawaras Datumsbilder sind ohnehin gewichtige Vertreter des Fachs, wenn auch mit völlig verschiedener Zielrichtung. Mit *Art and Language* hatte sich zudem zwischen 1968 und 1982 eine Künstlergruppe in England und New York formiert, die als Pionier konzeptueller Werke auch typographische Akzente setzte, die vor allem den vorherrschenden Kunstdiskurs und künstlerischer Praxis kritisch reflektierten. Bei Joseph Kosuths schriftlastigen Werken vor allem zwischen 1965 und 1974 und seiner späteren Serie *Text/Context* setzt dieser aus ähnlichen Gründen Typographie ganz bewusst zur Untersuchung der selbstreferenziellen Bedeutung von Sprache wie deren soziokulturellem Kontext ein.

Hat ähnlich der Enthebung des Seinsgrundes der Malerei durch die Fotografie seit Mitte des 19. Jahrhunderts spätestens mit Wittgenstein und den frühen Linguisten des 20. Jahrhunderts auch die Schriftsprache ihre unangefochtene Wahrhaftigkeit zumindest aus philosophischer Sicht eingebüßt, so ist dem einleitenden Satz dieses Textes zum Trotz auch in Hinblick auf die „Iconisierung“ der Interfaces eher zu vermuten, dass Piktogramme das Alphabet im öffentlichen Raum zunehmend erfolgreicher ablösen werden.

Prof. Friederike Girst verantwortet gemeinsam mit Prof. Holger Felten den Lehrstuhl für Grafik-Design an der Akademie der Bildenden Künste in Nürnberg.