

Duftende Schriften

VON VITUS WEH

Die kleinsten Kunstwerke der Welt sind gerade mal zwei Millimeter groß, dafür sind sie überall, jeder Gedanke lässt sich mit ihnen sichtbar machen, und meistens nur mit ihnen: Buchstaben.

Es wimmelt von Buchstaben auf allen Drucksachen, in der SMS und auf jeder Website. Buchstaben sind aber nicht einfach da und zu gebrauchen, sondern sie sind alle speziell gestaltet. Selten sehen sie so aus, wie man es in der Volksschule lernt. Manche sind viel dünner oder dicker, manche schnittig oder feist, geschwungen, verschnörkelt oder wackelig, andere haben kleine Haken oder Tropfen oder bestehen überhaupt nur aus Punkten.

Schrift gibt es in tausenden Spielarten. Jede hat einen anderen Charakter, und wie man vom Computer weiß, tragen sie Namen wie „Courier“, „Helvetica“ oder „Times“. Wenn wir etwas lesen, nehmen wir diese Eigenart der Schrift meist nur unbewusst wahr. Dennoch wirkt sie, und zwar gewaltig. Es lohnt sich, bei der eigenen Visitenkarte oder Homepage gut über die geeignete Schrift nachzuden-

ken. Die ist wie eine Abbildung von einem selbst. Große Firmen lassen oft sogar eigene Schriften entwerfen. Man vergleiche nur die Schriften von Coca-Cola und Daimler-Benz. Die eine ist bewusst beschwingt, die andere seriös und breitspurig: genau wie die Vorstellung, die man vom jeweiligen Produkt haben soll.

Die Gestalter von Schriften nennt man Typografen. Manche gelten als wichtige Designer, andere als berühmte Künstler. Der Begriff Typografie kommt aus dem Griechischen und heißt wörtlich übersetzt: durch Einschlag schreiben. Eine treffende Bezeichnung für die Wirkungsweise von Schrift allgemein: Mit ihr schlagen die Gedanken und Wörter in uns ein. Nur macht das die Typografie so fein, dass wir es kaum merken. Gut erkennbar ist es in der vorliegenden Zeitschrift:

Andreas Uebele
fotografierte
Logos, Geschäfts-
tafeln, Hinweis-
schilder und
Beschriftungen
in Innsbruck und
entwickelte dar-
aus das „alphabet
innsbruck“.



Fotos: Andreas Uebele



Mit dem *Stadtalphabet Wien* widmet sich Martin Ulrich Kehrer der Typografie von Fassadenbeschriftungen und Aushängeschildern kleiner Geschäfte in Wien.

Da wurden für die meisten Beiträge unterschiedliche Schriftarten gewählt, passend zum Inhalt der Texte.

Schriftgestaltung fällt vor allem nachts auf, wenn Neonchriften zu leuchten beginnen. Für Werbeschriften können einzelne Buchstaben zu Höhen von mehreren Metern wachsen. Ihre spezielle Kunstform ist dann nicht mehr zu übersehen, buchstäblich einleuchtend ist sie dann. Und in der Folge wird man feststellen, dass alle Städte voll sind mit verschiedenen Beschriftungen.

Bei einer Typo-Tour lassen sich Kuriositäten und Kulturgeschichte entdecken: Alte Schriftzüge wie „Lebensmittel“ oder „Kolonialwaren“ findet man selbst Jahrzehnte nachdem die entsprechenden Geschäfte von Supermärkten verdrängt wurden; oder eine Kinoreklame aus den 50er-Jahren schwingt wie die damaligen Mädchenröcke; oder eine Metzgerei wirbt mit Buchstaben wie aus Fleischwurst. Manche Schriftzüge sind

schon im Buchstabenmuseum (buchstabenmuseum.de) gelandet. Andere wurden in so genannten „Stadtalphabeten“ verewigt. Das sind Fotoreportagen über die besondere Schriftkultur in einer Stadt. Andreas Uebele hat ein Stadtalphabet für Innsbruck erstellt. Für ihn gleichen die Schriften einer Stadt – von der Werbung bis zur Street Art – einem duftenden Dschungel. Martin Ulrich Kehrer hat eine ähnliche Recherche für Wien und Linz durchgeführt. Die Abbildungen für diesen Text stammen von den beiden.



Foto: Martin Ulrich Kehrer