

Ein Schriftzug hat eben keine Funktion : Werber Robert Stalder und die Logos

Autor(en): **Stalder, Robert**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **3 (1990)**

Heft 8-9

PDF erstellt am: **11.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-119240>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Schriftzug hat eben keine Funktion

Schöne Dinge – schön angepriesen? Robert Stalder hat näher hingeschaut.

Ich habe drei Zeitschriften durchgeblättert, die mit den schönen Dingen des Lebens zu tun haben. Mit Architektur, mit Häusern und mit dem Wohnen. Man könnte denken: Wer schöne Dinge anpreist, der zeigt die auch schön, das heisst, er macht schöne Bilder, schöne Layouts, nimmt schöne Schriften, auf dass es eine Freude sei, das anzuschauen, eine Augenweide; trinkt, o Augen, was die Wimper hält, von dem goldnen Überfluss der Welt oder so. Geschrieben muss es ja nicht schön sein. Ich zitiere jetzt wörtlich aus der Werbung in diesen drei Zeitschriften, die von und mit den schönen Dingen des Lebens handeln, damit Sie sehen, dass da durchaus von Schönheit die Rede ist. «Der versöhnende Vergleich zwischen Gemüt und Ästhetik gelang dem Designer Koni Ochsner.» «In einer Zeit, in der stilvoll eingerichtete, wohlausgestattete Küchen immer mehr zum attraktiven Mittelpunkt der Wohnung werden...» «Klappstisch mit Charme.» «Eine stilvolle Wohnidee bietet die elegante Sitzgruppe <Denver elisée>.» «Visionen der Raumgestaltung.» «Eleganz und Komfort für jedes Bad.» «Gemütlichkeit und vielseitiges Design.» «Topexklusive Polstermöbel.» «Stilreine und formschöne Entwürfe.» «Natürliche Vielfalt von Materialien, Farben und Formen.» «Zeitlose Schönheit in Stein.» «Phantasielose Raumgestaltung ist passé.» «Es ist Zeit für eine neue Bürokultur.» «Niemand kennt das Geheimnis von Feldschlösschen.» (Entschuldigung, das gehört nun wirklich nicht hierher.) «Gute Architektur muss nicht teuer sein.» «Perfekt im Design. Perfekt in der Technik.» «Konsequenz der Ästhetik.»

Nun also zu den Bildern. Es würde den eleganten, zeitlosen Rahmen dieses Beitrags sprengen, wenn ich hier Bilder, Schriften und Layouts zeigen würde. Ich habe einfach ein paar Signete ausgeschnitten. Die sind ja sozusagen die Visitenkarte all dieser Hersteller, die mit Schönheit zu tun haben. Und hätte dazu schon ein paar Fragen.

 <p>Fabobau</p> <p>Formvollendet?</p>	 <p>Elegant und gemütlich?</p>
<p>griobau</p> <p>Perfekt in der Technik?</p>	<p>STASA</p> <p>Attraktiv?</p>
 <p>movitec ag</p> <p>Konsequent?</p>	 <p>Zeitlos?</p>
<p>Schiesser <small>Handel Beratung Engineering</small></p> <p><small>Handel Beratung Engineering</small></p> <p>Wohlausgestattete Firmenidentität?</p>	 <p>Gute Form?</p>
 <p>Attraktiver Mittelpunkt der Anzeige?</p>	 <p>Schöner wohnen?</p>
<p>VonDach + Co </p> <p>Vielseitig? Doch ja.</p>	<p>RENOLIT-HAUS AG</p> <p>Ideales Heim?</p>
 <p>HOMOGEN 80 <small>so natürlich wie Holz</small></p> <p>homogen <small>Elbs Homogene SA 1990 St. Maurice Telefon 025/651771 Telex 432160 Bldho ch Telex 025/651519</small></p> <p>Homogen?</p>	 <p>Vision der Signetgestaltung?</p>
<p>Lullion</p> <p>Modern?</p>	<p>ULACON AG <small>O L T E N</small></p> <p>Perfekt im Design?</p>
 <p>IMMOVERA <small>Der Schlüssel zum Eigenheim</small></p> <p>Der Schlüssel zur Schönheit?</p>	 <p>SITAG <small>für Bürostuhl und Büromöbel Designfabrik</small></p> <p>Konsequenz der Ästhetik?</p>
<p><small>Deutschlands ältester Markenhaus-Hersteller</small></p> <p>BREISGAU HAUS <small>Gramelspacher</small></p> <p>Stilvoll?</p>	

Es ist nicht die Geschichte vom Zahnarzt, dessen Kinder kaputte Zähne haben, oder die vom Schuhmacher, dessen Kinder kaputte Schuhe haben.

Die Unternehmen, die den schönen Dingen des Lebens zugetan sind, kaufen diese Grafik ja ein. Beim Hausgrafiker oder bei der Werbeagentur. Und die denken: Da muss man doch gleich sehen, dass es um Gestaltung geht. Und dann gestalten die drauflos.

Und dann entsteht ein Stuhl, auf dem man nicht sitzen kann. Es ist in diesen Zeitschriften auch häufig von der Funktionalität die Rede. Ein Schriftzug hat eben keine Funktion. Ausser die, in einem Inserat nicht unangenehm aufzufallen.

ROBERT STALDER