

Zeitschrift: Tec21
Herausgeber: Schweizerischer Ingenieur- und Architektenverein
Band: 128 (2002)
Heft: 7: Glamouröses Licht

Artikel: Wand und Wort: Leuchtschriften bestimmen seit hundert Jahren das Bild der Stadt
Autor: Solt, Judit
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-80371>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 22.12.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Wand und Wort

Leuchtschriften bestimmen seit hundert Jahren das Bild der Stadt

Der Kampf um den Vorrang von Architektur oder Reklame tobt, seit es Lichtreklamen gibt. Nach dem ersten Chaos folgten Regelung und Integration. Jean Nouvel setzt in Berlin auf Synthese; Rémy Zaugg mit Herzog und de Meuron in Basel auf Verunsicherung.

Noch vor etwa hundert Jahren war die städtische Nacht von kaum mehr vorstellbarer Finsternis. Eine der einschneidenden Veränderungen, die die technischen Errungenschaften des 20. Jahrhunderts der Stadt beschert haben, ist der sprunghaft gestiegene Einsatz künstlichen Lichtes im Innen- und Aussenraum. Frühere Epochen begnügten sich mit der spärlichen Erhellung der notwendigsten Arbeits- und Aufenthaltsbereiche. Eine wirklich helle Beleuchtung kam nur ausnahmsweise, etwa in Kirchen oder an höfischen Festen, zustande. Erst das Aufkommen des elektrischen Lichtes eröffnete ungeahnte Möglichkeiten. Die städtische Nacht wich einer intensiven Strassenbeleuchtung, der spektakulären Anstrahlung einzelner Fassaden, Signalisationslichtern, hell erleuchteten Schaufenstern – und insbesondere auch Reklame-Leuchtschriften.

Flammenschriften

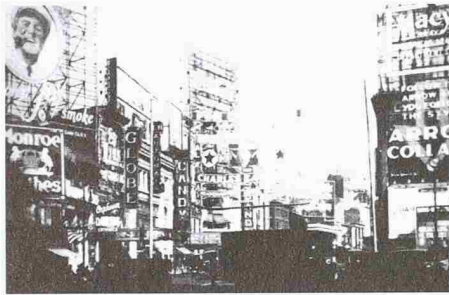
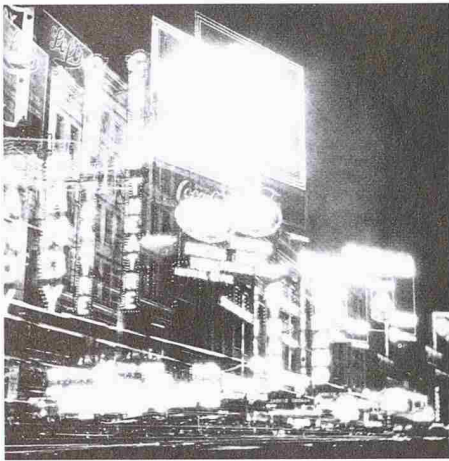
Deren rasante Vermehrung veränderte das Gesicht der Stadt. Sie begannen, Fassaden und Dächer zu dominieren, und schon Anfang des letzten Jahrhunderts verschwanden ganze Quartiere nächtlicher Metropolen hinter einer bunten Collage von leuchtenden Schriftzügen. Die Faszination für diese kommerzielle Lichtflut schlug sich auch in Erich Mendelsohns Bilderbuch eines Architekten (1928) nieder; zum Nachtbild des New Yorker Broadway schrieb er: «Unheimlich. Die Konturen der Häuser sind ausgewischt. Aber im Bewusstsein steigen sie noch, laufen einander nach,

überrennen sich. Das ist die Folie für die Flammenschriften, das Raketenfeuer der beweglichen Lichtreklame, auf- und untertauchend, verschwindend und ausbrechend über den Tausenden von Autos und dem Lustwirbel der Menschen. Noch ungeordnet, weil übersteigert, aber doch schon voll von phantastischer Schönheit, die einmal vollendet sein wird.»¹ Die Dichte der Leuchtschriften wird auch heute als Ausdruck für das Pulsieren urbanen Lebens wahrgenommen.

Tag und Nacht

Das Applizieren von Schrift auf architektonische Werke hat Tradition. Doch das Leuchten der Schrift verändert ihr Verhältnis zur Architektur grundlegend. Bei nicht leuchtenden Werbetafeln wirken Schrift und Gebäude in der Regel gleich stark, ein – wenn auch nicht immer konfliktfreies – Nebeneinander. Bei Leuchtschriften dagegen, die primär auf einen Einsatz bei Nacht ausgelegt sind, ist dieses Gleichgewicht aufgehoben; Tages- und Nachtwirkung können sich stark voneinander unterscheiden. Bereits 1933 erwähnte Julius Posener diesen Widerspruch und führte ihn unter anderem auf die Traggerüste der Werbung zurück, die ohne Rücksicht auf die Architektur platziert waren: «Berlin ist nur nachts interessant. [...] Berlin ist eine hässliche Stadt, aber sie hat den Mut, aus ihrer Hässlichkeit die Konsequenzen zu ziehen. Heute hat Berlin nur noch den Wunsch, abends zu glänzen, und es ist ihr egal, wenn die Aufbauten, die ihre nächtliche Schönheit erhöhen, tagsüber die Hässlichkeit ihrer Strassen noch verstärken. [...]»² Auch für Mendelsohn entpuppt sich die Schönheit des nächtlichen Broadway bei Tag als eine «grandiose Tölpelei».

Diese Trennung der Tages- und Nachtwirkung schafft völlig neue Bedingungen für die typografische Gestaltung. Bis zum Ende des 19. Jahrhunderts waren Inschriften auch bei kommerziell ausgerichteten Bauten in einer Kartusche oder einem Fries integriert; als einzelne Elemente einer meist reichen Fassadengestaltung hoben sie sich nicht übermässig von dieser ab.³ Bei Leuchtschriften dagegen ist die Ausgangslage eine



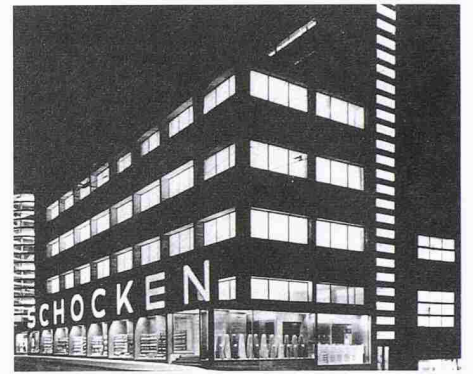
1+2

New York, Broadway bei Nacht und bei Tag
(Aus: Erich Mendelsohn, Amerika. Bilderbuch eines Architekten, Berlin, 1928)



3

Leuchtschrift aus Glühbirnen der Galeries Lafayette, Paris
(Aus: Wilhelm Lotz [Hrsg.], Licht und Beleuchtung. Lichttechnische Fragen unter Berücksichtigung der Bedürfnisse der Architektur, Berlin, 1928)



4+5

Erich Mendelsohn, Kaufhaus Schocken, Stuttgart, 1926–28 (Aus: Regina Stephan [Hrsg.], Erich Mendelsohn. Architekt 1887–1953. Gebaute Welten, Ostfildern-Ruit, 1998)

andere: Es besteht zwar die Möglichkeit, sie in die Architektur zu integrieren, sie können ihre Wirkung aber auch gerade dadurch erzielen, dass sie ihre materielle Umgebung im wahrsten Sinne des Wortes ausblenden und zum Verschwinden bringen. Daher stellt sich die Frage nach dem Verhältnis der Teile zum Ganzen in diesem Fall mit besonderem Nachdruck – auf der gestalterischen wie auf der politischen Ebene; die Diskussion um eine formale Integration der Leuchtschriften in die Architektur setzte entsprechend früh ein.

Reklamechaos

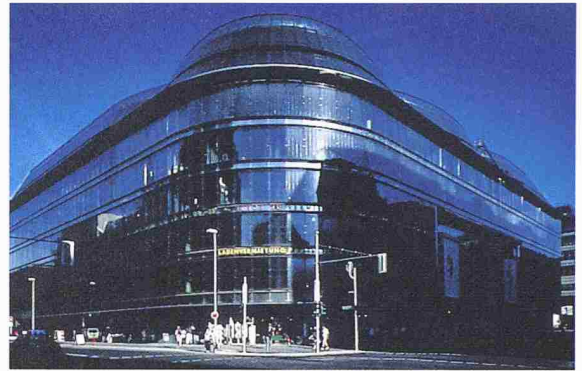
Im Frankreich der Dreissigerjahre beschäftigte sich unter anderen die etablierte Zeitschrift «L'architecture d'aujourd'hui» mit dem Problem der Leuchtschriften. Sie anerkannte die hervorragende Bedeutung des Handels für die Stadt: «Der entscheidende Faktor für das Aussehen der städtischen Strasse ist in Zukunft das Bewusstsein in den Metropolen für ein neues Ziel: den Handel.» Dennoch unterstrich sie die Notwendigkeit einer Regulierung der Werbung:

«Man kann nicht abstreiten, dass in der Welt der Werbeproduzenten immer das Chaos herrscht. Wer bringt Ordnung in diese Kakophonie? Das wird zweifellos die

Aufgabe der Architekten sein.» Insbesondere die Leuchtschriften sollten sich architektonischen und städtebaulichen Interessen unterordnen: «Die Leuchtschrift muss dem Gesamteindruck der Strasse angemessen sein. Sie muss auf die Architektur der Gebäude Rücksicht nehmen, mit ihr harmonisieren, ihre Formen unterstreichen, statt sie zu negieren.»⁵

In Deutschland postulierte Ernst May, Stadtbaurat von Frankfurt am Main, bereits 1928 in seinem Aufsatz «Städtebau und Lichtreklame» eine formale Regulierung von Reklame-Leuchtschriften. Dabei betonte er, dass eine architektonische und städtebauliche Integration letztlich auch den Interessen der Werbung diene: Zwar sei es der Sinn der Reklame, aufzufallen, doch zu viele und planlos angebrachte Leuchtkörper hoben sich gegenseitig in ihrer Wirkung auf. Als Beispiel nennt auch er den New Yorker Broadway: «Hier liest das Auge keine Schrift, hier unterscheidet es keine Form mehr, hier wird es nur noch geblendet durch eine Überfülle von Lichtgeflimmer...»⁶

Zumindest in Architektenkreisen war die Anpassung der Lichtreklame an die (Stadt-)Fassade ein breit abgestütztes Anliegen. Umgekehrt eröffnete die Berücksichtigung der Lichtreklame, die als modernes Phänomen in die Architektur einzufließen begann, neue gestalterische



6

Architectures Jean Nouvel, Fassade der Galeries Lafayette, Berlin, 1992–1996 (Bilder: P. Ruault)

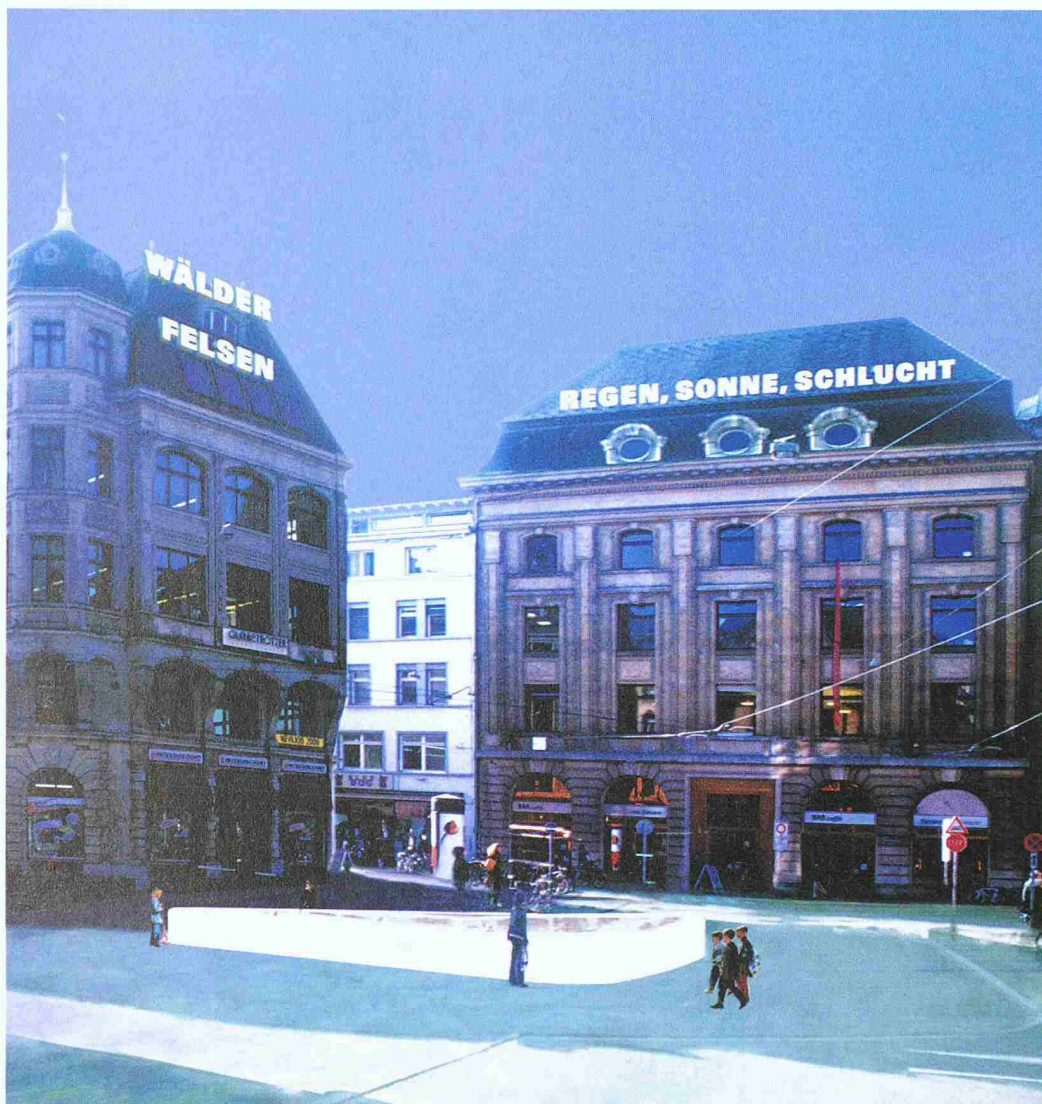
sche Möglichkeiten; zu klären blieb allerdings, wie weit diese Berücksichtigung gehen sollte – letztlich ging es um das Primat von Architektur oder Reklame, denn zwischen einer Integration der Leuchtschrift in die Fassade und einer Fassade im Dienst der Leuchtschrift schien die Spanne gross.

Integrierte Schrift

Als gelungene Beispiele für die formale Berücksichtigung der Leuchtreklame in der Architektur zeigen May und seine Co-Autoren verschiedene Projekte Erich Mendelsohns: «Man kann von der kristallinen Struktur der modernen Architektur reden, die erst bei Erleuchtung restlos erkennbar wird.»⁷ Auch beim Kaufhaus Schocken (Stuttgart, 1926–28) integrierte Mendelsohn die Leuchtschrift ins architektonische Gesamtkonzept. Die Eisenklinker-Verkleidung der ausgefachten Eisenkonstruktion wurde an der Hauptfassade durch Travertinstreifen bereichert, die sich mit den bronzenen Fensterrahmen zu einem harmonischen Farbkonzept verbanden. Diesem ordneten sich auch die grossen

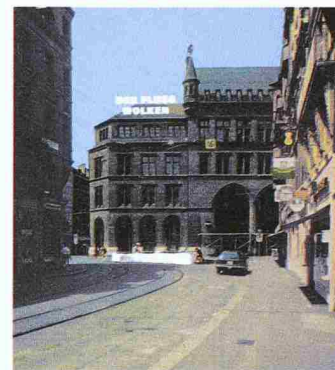
Leuchtbuchstaben des Schriftzugs «Schocken» unter. Sie bestanden aus 2,3 m hohen Bronze-Seitenteilen mit Opalglas an der Vorderseite. Um die Notwendigkeit des Schriftzugs zu begründen, dessen Baugenehmigung Schwierigkeiten bereitete, schrieb Mendelsohn: «Ich bemerkte, dass die Buchstaben von Anfang an ein Teil des Entwurfes gewesen sind und infolgedessen ein Teil der Gesamtarchitektur. Daher schwimmen sie nicht irgendwo in der Frontwand, sondern sind mit dem Schaufenstervorbau und seinem Material als zugehöriger Bauteil organisch verbunden.»

Anders gingen Wassili und Hans Luckhardt vor. Beim Umbau zahlreicher Geschäftsbauten im Berlin der Zwanziger- und Dreissigerjahre begnügten sie sich nicht damit, die Leuchtreklame mit ihrer Tages- und Nachtwirkung in das Gebäude zu integrieren, sondern verwandelten die Fassade nach und nach in eine kulisserartige, als reiner Werbeträger dienende Verschalung. In ihrem Wettbewerbsprojekt für den Alexanderplatz (1929) vollzogen sie schliesslich eine konsequente Lösung zwischen Konstruktion, Innenraum und Fas-



7

Rémy Zaugg und Herzog & de Meuron, Projekt Ruedenplatz, Basel, Stand 2001



sade. Das Projekt wurde vom Wettbewerbsgremium, dem auch Erich Mendelsohn angehörte, preisgekrönt, provozierte jedoch heftige Kritik. Ludwig Hilbersheimer bemängelte die «Fassadenarchitektur, die mit den dahinter liegenden Bauorganismen nichts zu tun hat», und Bruno Taut bemerkte lapidar: «Platzwände aber hinzustellen [...] ist doch nichts anderes als eben irgendein Fassadenschema um diesen Platz herumzuziehen. [...] Das alles muss zur leeren repräsentativen Geste führen.»

Symbiose

Eine geradezu symbiotische Beziehung gehen Licht und Architektur in Jean Nouvels Galeries Lafayette (1992–96) an der Berliner Friedrichstrasse ein. Im Gegensatz zu seinen massiven Nachbarbauten weist das Gebäude eine Fassade aus serigrafierendem Glas mit Metallmarkisen auf, die tagsüber dunkel schimmert und nachts durchsichtig ist. Die eigentlichen Leuchtschriften, die auch an diesem grossstädtischen Kaufhaus nicht fehlen, sind in relativ schmalen, auf die

Deckenstirne verweisenden horizontalen Bändern untergebracht – und insofern dem konstruktiven Konzept entsprechend in die Architektur integriert. Gleichzeitig aber ist das Licht, und nicht zuletzt auch die Leuchtschriften, das stärkste Ausdrucksmittel, die eigentliche Raison d'être des Gebäudes: Es ist materiell, doch unmittelbar wahrgenommen wird nicht seine Materialität, sondern seine vielfältigen, durch neueste technische Mittel erzeugten Lichteffekte – ähnlich wie bei einem Fernseher, bei dem die ausgesandten Bilder mehr faszinieren als das Gehäuse. Nur beschränkt sich diese Wirkung bei den Galeries Lafayette nicht auf eine «Bildschirmfassade», sondern umfasst das ganze Gebäude mit seinen unreal schimmernden, inneren Kegeln. Die Architektur und das Spiel mit dem Licht bedingen sich gegenseitig, Materielles und Immaterielles sind optisch kaum zu unterscheiden. In diesem verwirrenden Konzert von wirklichen Ein- und Durchsichten, fiktiven Bildern, Schatten, Projektionen, Verzerrungen und Spiegelungen strahlen die Leuchtschriften Vertrautheit und Verständlichkeit aus. Was ein

knappes Jahrhundert vorher als beunruhigend empfunden wurde, fungiert nun als feste Grösse im Chaos: Gerade im Gewirr leuchtender Bilder ist der Wiedererkennungseffekt der Markenzeichen besonders eindrücklich, die Leuchtschrift besonders wirkungsvoll.

Verunsicherung

Keine optische Verwirrung, doch eine tiefe Verunsicherung bewirkt dagegen ein Projekt, das Rémy Zaugg gemeinsam mit Herzog & de Meuron für den Rüdengasseplatz in der Basler Altstadt entwickelt hat. Es wurde vom Verband «Bauunternehmer Region Basel» initiiert, der der Stadt Basel ein bleibendes Andenken im öffentlichen Raum zu übergeben plante. Als geeigneten Ort für eine Gestaltung wählte die Stadt den Platz vor der Hauptpost, wo Falkenstrasse, Rüdengasse und Gerbergasse zusammentreffen und weniger einen Platz als eine Verkehrsinsel definieren. Es folgte ein unter vier Künstlern ausgeschriebener Wettbewerb, den Rémy Zaugg und Herzog & de Meuron für sich entschieden. Das 2001 präsentierte Projekt hat sich zum Ziel gesetzt, auf den unsichtbaren Lauf des Flüsschens Birsig hinzuweisen, das genau unter dem Rüdengasseplatz hindurchfliesst. Bevor der Fluss kanalisiert und überdeckt wurde, hatte er die Form und die Entwicklung der Altstadt entscheidend geprägt. Die Erinnerung an seine Existenz sollte die Basler für das Verständnis urbanistischer, topografischer und architektonischer Eigenheiten der Stadt empfänglich machen. Vorgesehen sind zwei Interventionen: einerseits ein leuchtender Brunnen, der gemeinsam mit anderen Wasserpunkten symbolisch auf den unsichtbaren Fluss verweist, andererseits Leuchtschriften auf den Dächern der umgebenden Häuser. Die Wortverbindungen «Der Fluss/Wolken», «Wälder/Felsen», «Bäume/Gras» und «Regen/Sonne/Schlucht» evozieren die Natur, der der Fluss entspringt, und berichten von dem, was der Rüdengasseplatz einmal war – eine ländliche Idylle. Dennoch haben die schlichten, weissen Buchstaben etwas Beunruhigendes: Ihre subversive Wirkung rührt daher, dass sie die Formensprache der allgegenwärtigen kommerziellen Leuchtschriften aufgreifen, um ganz andere Botschaften zu vermitteln. Sie stellen Identitätsfragen in einer Art und Weise, die sonst für oberflächliche Antworten eingesetzt wird. Sie sind mehrdeutig und verweisen auf Verborgenes. Statt zum Konsum rufen sie zum Innehalten auf. Die Verunsicherung, die sie auslösen, verdeutlicht, wie selbstverständlich die vollständige Vereinnahmung des öffentlichen Raums durch Werbebotschaften geworden ist.

Judit Solt ist diplomierte Architektin ETH und Redaktorin, Zürich

Anmerkungen

- 1 Erich Mendelsohn: *Amerika, Bilderbuch eines Architekten*. Berlin, 1928, S. 130
- 2 Julius Posener: «Berlin, la nuit», in: *L'architecture d'aujourd'hui*, Nr. 3, April 1933, S. 57, Originaler Wortlaut: «Berlin n'est intéressant que le soir. [...] Berlin est une ville laide, mais qui a le courage de tirer les conséquences de sa laideur. Aujourd'hui, Berlin n'a plus d'autre ambition que de briller le soir, et se soucie point si les appareils qui doivent créer son charme nocturne, exagèrent encore la laideur de la rue pendant les heures du jour. [...]» (Übersetzung: Red.)
- 3 Gérard Monnier: *Histoire critique de l'architecture en France, 1918–1950*. Paris 1990, S. 217
- 4 Paul Nadai: «L'esthétique de la rue», in: *L'architecture d'aujourd'hui*, Nr. 3, April 1933, S. 67, Originaler Wortlaut: «Le facteur décisif de l'esthétique des rues des villes, c'est désormais la conscience métropolitaine d'un nouveau but: le commerce.» «Il est indéniable que dans ce monde des facteurs de la publicité le chaos domine toujours. Qui mettra de l'ordre dans cette cacophonie? Sans conteste, ce sera la tâche des architectes.» (Übersetzung: Red.)
- 5 J. Chappat: «Les enseignes lumineuses» in: *L'architecture d'aujourd'hui*, Nr. 3, April 1933, S. 67, Originaler Wortlaut: «L'enseigne lumineuse doit être appropriée à l'aspect général de la rue, elle doit tenir compte de l'architecture des immeubles, s'harmoniser avec elle, souligner les formes au lieu de leur nuire.» (Übersetzung: Red.)
- 6 Ernst May: «Städtebau und Lichtreklame», in: Wilhelm Lotz (Hrsg.), *Licht und Beleuchtung. Lichttechnische Fragen unter Berücksichtigung der Bedürfnisse der Architektur*. Berlin, 1928, S. 44
- 7 ebenda, S. 63