

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 7 (1994)  
**Heft:** [1]: Die Besten 94

**Artikel:** Die beste Typografie  
**Autor:** Gantenbein, Köbi  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-120054>

### **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:** 15.03.2025

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

## Jury

Cornel Windlin, Grafiker, Zürich  
Hans Rudolf Lutz, Typograf und Verleger,  
Zürich  
Polly Bertram, Grafikerin, Zürich  
Ruedi Rüegg, Grafiker, Zürich  
Werner Jeker, Grafiker, Lausanne

## Typografie

1

# Spiele mit Lesen und Sehen

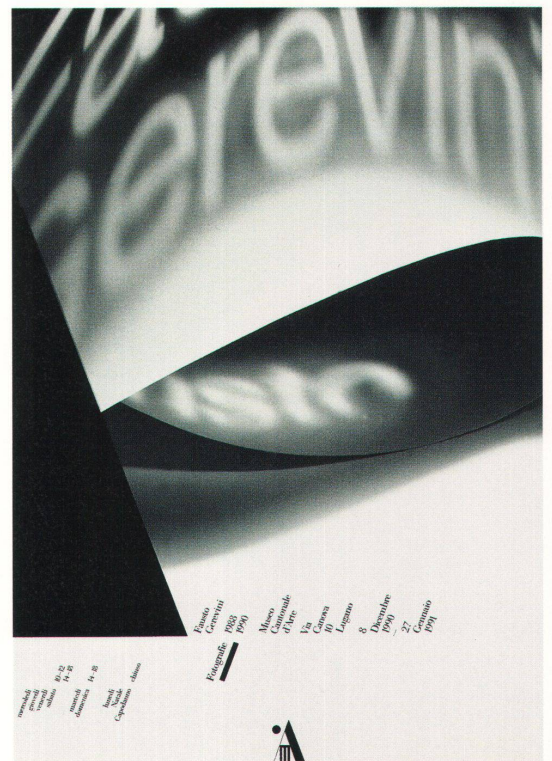
**Zum erstmalig ist visuelle Kommunikation Thema der Bestenliste. Genauer: Typografie. Auf Platz 1 setzte die Jury die Arbeiten von Bruno Monguzzi aus Meride für das Museo Cantonale d'Arte in Lugano, auf Platz 2 die Diplomarbeit der visuellen Gestalterin Daniela Eichenberger z. Z. in Bremen und auf Platz 3 die Hülle von Matthias Beck aus Baden für die neue CD des Jazzmusikers Urs Blöchlinger.**

Dreiundzwanzig Tage lang arbeitete der Mönch Ansgar Knecht im Juli 1454 im Scriptorium des Klosters Disentis an der Initiale G. Zuerst ordnete er die Grundform in der Fläche an und legte die Ornamente fest, dann stellte er sich seine Farbpalette zusammen, kratzte und malte Stück um Stück aus. Wohl war auch ihm klar, dass die Grundform seines G nicht in der Natur begründet war, wie etwa der Gurr-Laut, sondern auf einer Konvention beruhte. Aber selbstverständlich war für Bruder Ansgar auch, dass aus jedem Buchstaben ein Bild werden sollte mit vielfältigen figürlichen und inhaltlichen Anspielungen. Kurz: Buchstaben vermitteln zwar auch einfache Information, aber die endgültigen Buchstaben und ihre endgültige Anordnung gibt es nicht. Buchstaben sind Zeitzeichen.

### Arbeit an der Moderne

Selbstverständlich gibt es Aufbrüche. Die Bemühungen der Gestalter und Künstler der aufblühenden Moderne

der zwanziger Jahre haben nicht nur in Malerei, Architektur und Möbel-design, sondern auch in der Schrift einen Aufbruch geschafft. Er ist mittlerweile Tradition. Aus dem Willen zur universellen Gültigkeit wurde ein Stil. Bruno Monguzzi, der international tätige, 53jährige Grafiker aus Meride im Tessin, steht in dieser Tradition. Seine Arbeiten für das Museo Cantonale d'Arte in Lugano hat die Jury auf Platz 1 gesetzt. Asymmetrie und Kontrast sind die zwei Kennzeichen seines Plakates für die Ausstellung über die Kapelle auf dem Monte Tamaro von Mario Botta und Enzo Cucchi. Asymmetrie dank der Drehung des symmetrischen Grundrisses der Kapelle und der Gewichtung und Anordnung von Farbflächen. Kontraste nicht nur dank den Farben Rot und Blau, die zum visuellen Auftritt des Museums gehören, sondern auch dank der Verteilung von Schwarz und Weiss. Dramatisch wird diese Verteilung, wenn der Architektennamen zur Kuppel und der Künstlernamen zum Balken wird. Bruno Monguzzi ist ein Meister der Visualisierung. Seine Typografie setzt den Betrachter ins Bild. Aber: Verboten in dieser Art Gestaltung ist jede Art platter Abbildung. Denkbar wäre ja, die Bottakapelle mit einem Farbföteli zu illustrieren, ein Verfahren, das für den Anspruch eines Gestalters von Format undiskutabel ist. Die Herausforderung lautet anders: Die Grenze erkunden, wo das Lesen ins Sehen kippt, erforschen,



1994 entstand das Plakat für die Botta-Cucchi Ausstellung im Museo Cantonale d'Arte in Lugano. Es ist Teil der kontinuierlichen Arbeit am Erscheinungsbild, die vom Logo bis zum Papiersack reicht

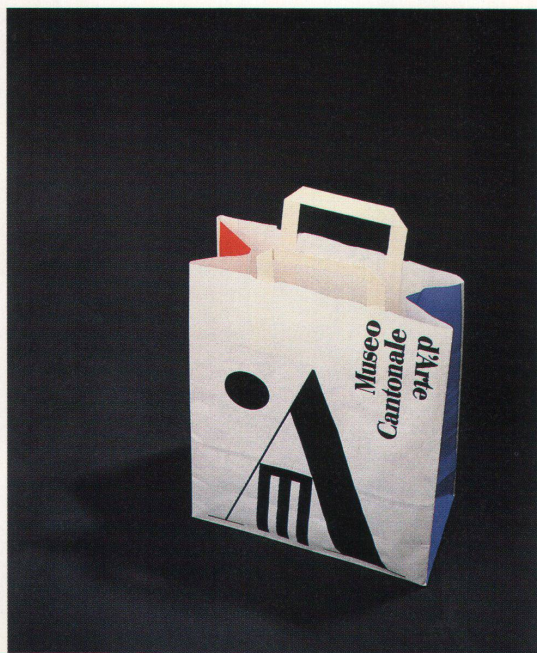
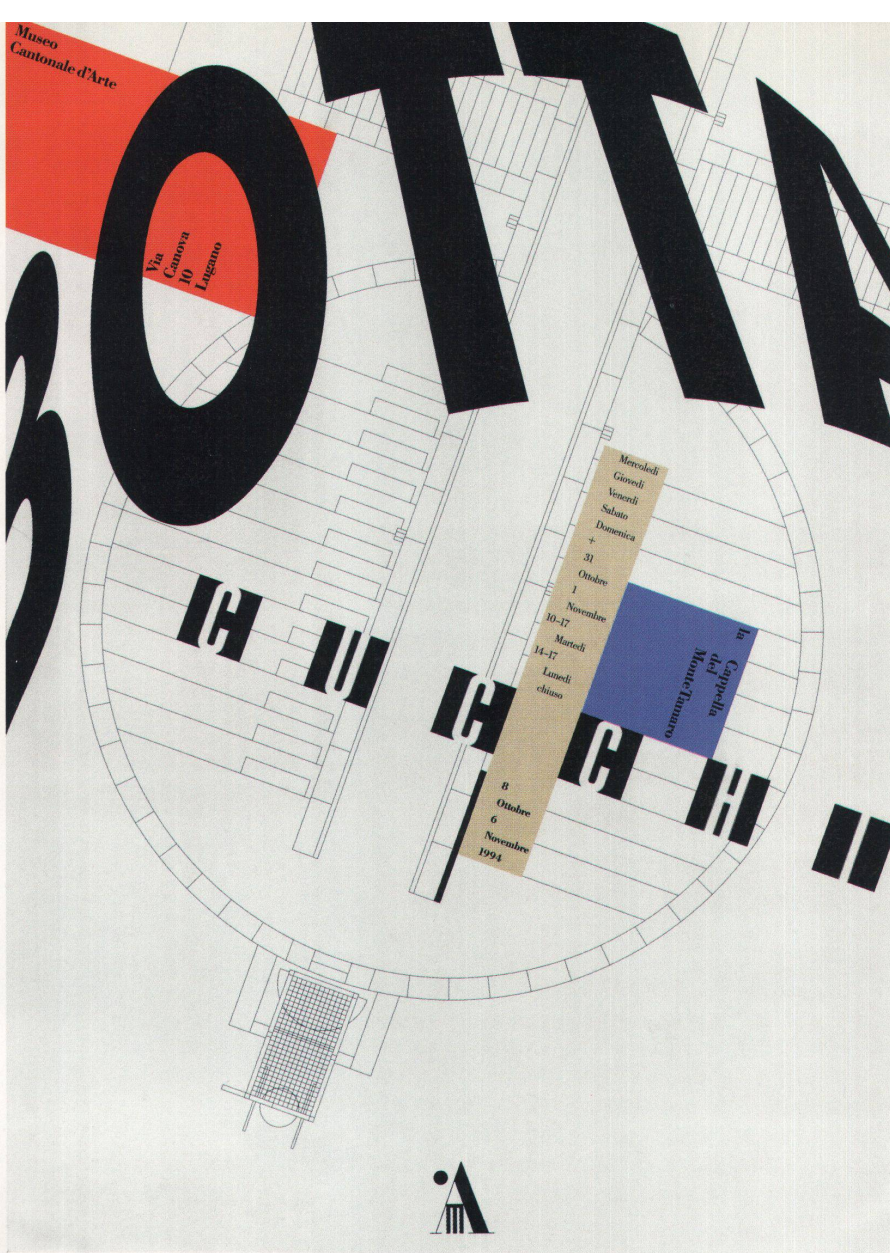


Foto: Lucia Degonda

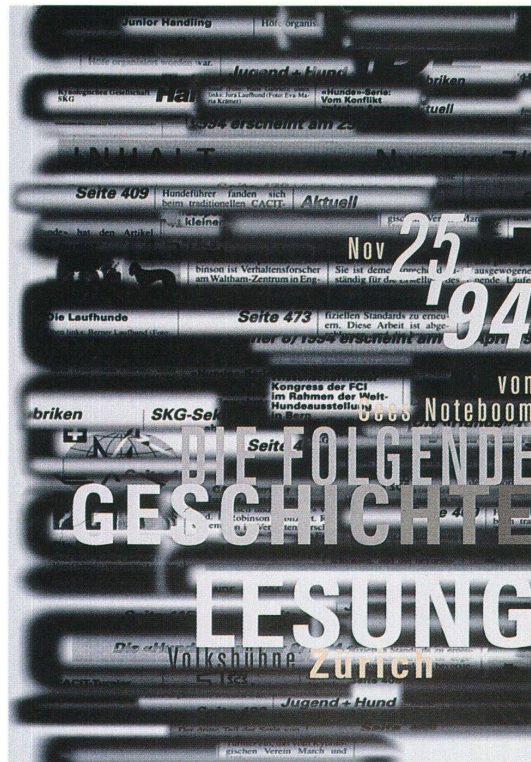
wie aus dem linearen Aneinanderreihen von Buchstaben zum Lesen ein Erkennen auf einen Blick wird. Typografie ist im Stande, weit mehr Information zu tragen als nur die Übermittlung: Hallo, ich bin ein G. Schon Bruder Ansgar hat seinen Initialen frohe Botschaften mitgegeben. Bruno Menguzzi komponiert Bilder, Eindrücke, Wirkungen. Seit 1987 gestaltet er das visuelle Erscheinende des Museo Cantonale d'Arte in Lugano. Auch bei der Tragtasche, unserem zweiten Beispiel, fällt sein Spiel mit den Kontrasten gross-klein, hart-weich, weiss-schwarz ins Auge. Das Logo steht in der Tradition der Schriftenerfinder der zwanziger Jahre. Die Erklärung dagegen ist, wie die Sachklärungen auf dem Plakat, in der Schrift Giambattista Bodonis gesetzt, die dieser in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts entwickelt hat. Eine Spannweite über zwei Jahrhunderte. Kein Bereich der Gestaltung kann derartig mit seinen Beständen umgehen. Ein Haus oder ein Möbel des Ancien Regimes wirkt in einem modernen Ensemble komisch – eine Schrift aus derselben Zeit vermag, klug eingesetzt, Zeiten zu überdauern.

#### Inszenieren und Aufbrechen

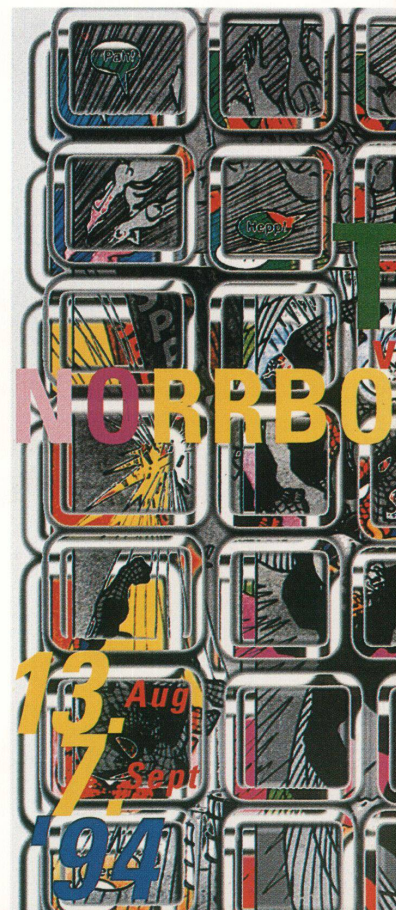
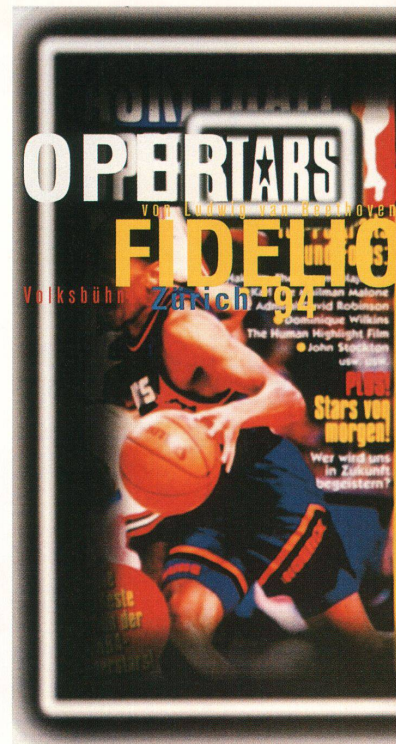
Gemeinsam ist der Typografin und der Rednerin, dass beide ihre Mitteilungen inszenieren. Sie zelebrieren den Text. Die Sprecherin hat es leichter, weil sie sich auf natürliche Begaubungen verlassen kann, die Gestalte-

# 2

rin konstruiert die Inszenierung auf Punkt und Strich. Daniela Eichenberger ist eine sensible Inszeniererin. Sie hat für die Volksbühne am Rosa-Luxemburgplatz in Berlin eine Reihe Plakate gestaltet. Es ist ein fiktiver Auftrag, realisiert als Diplomarbeit an der Abteilung visuelle Kommunikation an der Schule für Gestaltung in Zürich. Die Jury setzt diese Arbeit auf Platz 2. Wie Bruno Monguzzi sucht auch Daniela Eichenberger die Grenze, wo das Lesen ins Sehen kippt. Das kulturelle Umfeld derer, die da sehen sollen, gewichtet sie aber ungleich stärker. Da holt sie ihre Ideen und ihr Material. Ihr Repertoire sind weniger traditionelle Vorgaben als das, was auf der Strasse liegt respektive am Kiosk aushängt und täglich erneuert wird. Sie sammelt diese Bilder und Fetzen und setzt sie zu aufregenden Collagen zusammen. Überlagern, Verzerren, Verfärben und Umcodieren sind ihre gestalterischen Mittel. Die Versammlung von trivialen Zeichen wird zum eigenwilligen Ausdruck stilisiert. Ziel ist wohl, den Leuten zu verkünden, wann Fidelio gegeben wird und wann eine Lesung stattfindet. Vorab aber soll das Theater als Begegnungsort inszeniert werden, als Theater der Mentalitäten, wie die Gestalterin dem sagt. Die Suche nach der Abbildung derart komplexer Dinge bringt selbstverständlich auch den alten Streit aufs Tapet, der fragt: Ist denn solches abbildbar? Ist denn nicht die vordringlichste Aufgabe der Ty-



Ein Seitanz zwischen Les- und Sichtbarkeit: Mit Fundstücken vom Kioskaushang gestaltete Daniela Eichenberger eine fiktive Plakatkampagne für ein Theater in Berlin



pografen, uns Sachverhalte komfortabel zu vermitteln? Ist denn nicht die beste Typografie die, welche am einfachsten lesbar ist? Dieser Schluss ist wohl ein Fehlschluss. Die Schriftentwerfer der zwanziger Jahre haben sich schon um ihn bemüht. Sie glaubten, geometrisch konstruierte Buchstaben und elementare Formen würden ihnen dabei helfen. In jedem Buchstaben aber steckt ein formaler Wert, ein eigener Ausdruck und eine eigene Erzählung. Und die Ironie ist ja, dass die Schriften, die mit Bedacht als universelle und ewige entworfen worden sind, betont modisch eingesetzt werden. Die Futura aus den zwanziger Jahren, entworfen von Paul Renner, ist da nicht besser dran als die Rotis von Otl Aicher, die zur Zeit die Schrift derer ist, die wie Audi, Microsoft oder Erco Fortschritt und Technologie zelebrieren. Kurz: Die jedem Stilwandel entrückte Schrift, das endgültige Layout sind Wunschträume.

### Ökonomie

Hin und her wälze ich das Schriftenbuch. Welche Schrift hat denn Matthias Beck, der Grafiker aus Baden, für die CD «Just the One» des Jazzmusikers Urs Blöchlinger verwendet? Serifen, wie die Typografen den Füsschen sagen, auf denen die Buchstaben beispielsweise dieses Artikels stehen, hat sie keine. Aber das hilft noch nicht viel im Ratespiel. Ist's eine zusammengedrückte Imago? Ist's eine zurechtgestutzte Gill? Matthias Beck zum Rätsel: Es ist eine breit verzogene Helvetica compressed. Schriften verziehen und zusammendrücken ist dank Mac kein Problem, die Spielweise der gut 2000 angebotenen Schriften hat sich um ein vielfaches erweitert. Verändert hat die technologische Entwicklung selbstverständlich auch die Ökonomie der Schrift. Die eine Sache: Jeder kann auf seinem Computer munter Grafiker spielen, ein Laserprinter erspart ihm den Drucker, ein Fotokopierer den Lithografen. Über die so entstehenden Qualitäten rümpfen die Gestalter sofort die Nase. Die andere Sache: Die technologische Entwicklung ermöglicht dem, der ein kluges Konzept, aber ein kleines Budget hat, herausragende Arbeit. Urs Blöchlinger, der Musiker: «Ich habe die CD «Just the One» selber produziert. Das heisst, ich muss sie selber finanzieren. Für die Hülle stellte ich zwei Bedingungen: 1. Gestalterisch originell und auffällig, der bei CD-Hüllen übliche graue Rand

darf zum Beispiel nicht sein. 2. Die Lösung muss billig sein.» Matthias Becks kluge Idee: Förmli ausstechen. Die Typografie wird zerschnitten, ein Ausschnitt auf die Hülle gepresst, seine Ergänzung auf die CD. Die Information funktioniert spielerisch. Wer will, kann auf dem Seil der Lesbarkeit tanzen und untersuchen, bei welcher Abweichung der Schriftzug noch funktioniert. Auf die Spitze trieben Musiker und Grafiker das Spiel allerdings nicht: Denkbar wäre ja, die Typo so zu wählen, dass bei der Drehung um 180 Grad eine neue Information entsteht, ein Labyrinth. Das zweite Anliegen ist so gelöst: Den Aufdruck auf die CD besorgt die Fabrik. Die Hülle produziert Blöchlinger selber, denn ein Siebdruck war nicht machbar. Der Gestalter liess eine Folie bedrucken, der Musiker klebt sie «je nach Bedarf» auf die Klarsichthülle. Klebstoff ist Seifenwasser, die Qualitätskontrolle passiert mit einem Scheibenwischer. Die Produktion einer CD-Verpackung dauert fünf Minuten. Wir lernen aus der Geschichte nicht nur wie ein kluges Konzept und ein kleines Budget zusammenfinden, sondern auch ein zweites. Für die Gestalt ebenso wichtig wie die Anordnung der Buchstaben ist der Untergrund, auf dem sie angeordnet werden. Zur Zeit sitzt Blöchlinger wieder im Studio und arbeitet an einer neuen CD, wobei er unsicher ist: «Jetzt sprechen alle von meiner Hülle. Für die nächste CD macht Beck vielleicht die Musik und ich nur noch die Hülle.»

Köbi Gantenbein

3

Matthias Becks Typografie spielt mit der transparenten Hülle, der CD, der schwarzen Farbe und der kostengünstigen Lösung für den Jazzmusiker Urs Blöchlinger



Foto: Lucia Degonda

