

von Roland Meyer (19/4)

„Heuschreckenschwärme von Schrift“, so heißt es 1928 in Walter Benjamins Buch „Einbahnstraße“, hätten sich in den Straßen der Metropolen niedergelassen. Leuchtreklame und Plakatwerbung, Schaufenster und Anzeigetafeln bildeten einen urbanen Schriftraum, der eine neue Epoche des Lesens einläute. Allgegenwärtige Zeichen hätten sich von der Horizontale der gedruckten Buchseite

gelöst und in die „diktatorische Vertikale“ erhoben, wo sie nun miteinander um die Aufmerksamkeit der gehetzten Massen wetteiferten. Noch ehe der überreizte Großstädter die Ruhe fände, sich in ein Buch zu versenken, sei bereits „ein dichtes Gestöber von wandelbaren, farbigen, streitenden Lettern“ auf seine Augen niedergeprasselt.

Im Zeichengestöber

Benjamin beschrieb damit ein Phänomen, das auch anderen Zeitgenossinnen auffiel: Die moderne Großstadt ist ein Zeichenraum, von Botschaften und Signalen durchsetzt, ohne die urbanes Leben kaum möglich scheint. Moderne Verkehrs- und Transiträume sind nicht allein mit Werbung und Reklame angefüllt, sondern ebenso mit Hinweisschildern und Verkehrszeichen, Warnsignalen und Informationstafeln, die sich an eine mobil gewordene Aufmerksamkeit richten. Sie bilden das visuelle Grundrauschen der Metropole und sichern zugleich ihr tägliches Funktionieren.

Sasha Stones berühmter Umschlagentwurf für Benjamins Aphorismenband illustriert dies plastisch: Vor eine großstädtische Szenerie voller Passanten, Schaufenster und Ladenschilder hat Stone das mehrfach multiplizierte Verkehrsschild montiert, das den Namen des Buches trägt: Einbahnstraße. Der leuchtend rote Pfeil macht es zum grafischen Signal, ja zum visuellen Befehl - und zum Zeichen der Modernität. Denn Einbahnstraßenschilder dieser Form waren 1928 noch eine Novität; nur ein Jahr zuvor waren sie mit der „Verordnung über Warnungstafeln“ in Berlin eingeführt worden.

Tempo - Tempo - Tempo



László Moholy-Nagy, *Dynamik der Großstadt*, 1925 (Bild: PD)

Moderne Großstadtswahrnehmung bedeutet Zeichenlesen und Signalverarbeitung - und zwar unter permanentem Zeitdruck. Kaum jemand hat dies so eindrücklich ins Bild gesetzt wie László Moholy-Nagy. Seine „Dynamik der Großstadt“, erstmals 1925 publiziert in „Malerei-Fotografie-Film“, ist ein wahrer Katalog urbaner Zeichenwelten: Eisenbahnsignale und Leuchtschriften, Wortfetzen, Pfeile, Ziffern und Symbole breiten sich ohne erkennbare Ordnung über sieben Doppelseiten hinweg aus und

werden nur durch schwarze Balken mühsam zusammengehalten. Obwohl als „Skizze zu einem Filmmanuskript“ angekündigt, suggeriert Moholys Layout weniger eine lineare Abfolge von Szenen als vielmehr die räumliche Gleichzeitigkeit disparater Wahrnehmungsreize, die aus allen Richtungen auf die Betrachter einströmen.

Angesiedelt zwischen Buch und Film, sind die Seiten von „Dynamik der Großstadt“

kein Ort der kontemplativen Lektüre, sondern Trainingsgelände für neue urbane Wahrnehmungstechniken. Schrift und Bild behandelt Moholy dabei unterschiedslos als visuelle Signale, die unmittelbare Reaktionen einfordern. Leitmotivisch taucht immer wieder die Wortfolge „Tempo - Tempo - Tempo“ auf. Im Verbund mit Pfeilen und Eisenbahnsignalen erzeugen diese zur Befehlsform verkürzten

Lektüreeinweisungen einen beschleunigten typografischen Verkehrsraum, den nur eine ins Äußerste gesteigerte Aufmerksamkeit ordnen und verarbeiten kann. So feiert Moholys Filmskript die visuelle Überforderung, die die Signalgewitter der Großstadt für deren Bewohnerinnen bedeuteten, und entwirft zugleich jenen Neuen Menschen, der sich in ihnen mühelos orientieren kann.

Elementare Ordnungen

Andere Protagonisten der Zwischenkriegsmoderne sahen dagegen in den urbanen Zeichenwelten eine ästhetische Zumutung und forderten Maßnahmen zu ihrer Regulierung. „Der moderne Städtebau erstrebt die ruhige, geschlossene Wirkung des Straßenraums“, so Stadtbaurat Ernst May 1927 in der Zeitschrift „Das Neue Frankfurt“. Die Reklame jedoch, insbesondere die Leuchtreklame, bedrohe diese Geschlossenheit und richte, wo sie sich „planlos“ ausbreite, wahre „Verheerungen“ im Stadtraum an. Bei „sachgemäßer Einpassung“ allerdings sei sie durchaus geeignet, dessen „künstlerische Wirkung“ zu steigern. May forderte daher die „Organisation der Reklame“ – die Unterordnung der kommerziellen

Einzelinteressen unter die Interessen der Allgemeinheit.

Unterstützung fand er bei Walter Dexel, der mit seinen Jenaer „Reklamelampen“ aus leuchtenden Farbkuben bekannt geworden war. Dexel erschien die herkömmliche Außenreklame als „chaotisch, zudringlich und von verwirrender Unübersichtlichkeit“, und auch er sehnte sich danach, „Ordnung zu schaffen, zu sichten, zu klären und zu organisieren“. Zusammen mit Adolf Meyer entwarf Dexel im Auftrag Mays ab 1926 eine neue „Reklame-Ordnung“ für Frankfurt, die sich an modernistische Gestaltungsprinzipien anlehnte: genormte Grundformen, die sich rhythmisch wiederholen, Bevorzugung von

Primärfarben, rechten Winkeln und schnörkellosen Schriften sowie der Verzicht auf „geschmacklos naturalistische Darstellungen“.

Dexel strebte nach einer „einheitlichen Durchformung von Architektur und Werbung“: Wo zuvor die Einzelreklame im „sinnlosen Durcheinander von Dissonanzen“ unterging, sollte nun „das ganze Orchester zur Harmonie“ gestimmt

Grammatik der Formen

Robert Venturi und Denise Scott Brown haben in „Learning from Las Vegas“ (1972) den Architekten der Moderne ihre Zeichenvergessenheit vorgeworfen. Kaum mehr als einen verschämten Hinweis auf die Toiletten würden die „Weißen Götter“, wie Tom Wolfe sie genannt hat, an den kahlen Wänden ihrer Bauten zulassen. Das ist ungerecht, wie nicht nur das Beispiel des Neuen Frankfurts zeigt. Tatsächlich gab es immer wieder Versuche, Zeichen und Beschriftungen als integralen Teil moderner Architektur zu begreifen. Doch im Gegensatz zu den Fackelträgern der Postmoderne, die den unregulierten Wettbewerb der Zeichen feierten, war das modernistische Programm meist auf Regulierung aus.

werden. Werbetafeln und Lichtreklamen, ebenso Schaufenster, Haltestellen, Kioske oder Straßenschilder galten ihm gleichermaßen als Elemente eines durchkomponierten urbanen Gesamtkunstwerks. Den Frankfurter Gewerbetreibenden jedoch war soviel Kunstwollen zuviel. Sie begehrten gegen die rigide Reklameordnung auf – kapitalistische Konkurrenz und ästhetische „Durchformung“ schienen unvereinbar.

Den wohl ambitioniertesten Vorstoß in dieser Richtung unternahm 1954 das New Yorker Museum of Modern Art mit der Ausstellung „Signs in the Street“. Kuratiert wurde sie von Mildred Constantine und Philip Johnson. Vorbereitet wurde sie 1953 mit einer Konferenz in Yale, auf der Walter Gropius, Ludwig Mies van der Rohe und weitere Vertreter des „International Style“ über Zeichen im Stadtraum diskutierten. Johnsons Ziel war es, dem herrschenden „visuellen Chaos“ und der drohenden „Unlesbarkeit“ der Städte mit einer neuen „Grammatik der Formen“ zu begegnen. Statt jedoch verbindliche Regeln vorzuschlagen, sah das MoMA seinen Auftrag eher in der Geschmackserziehung. Ausgewählte Beispiele gelungener

Formgebung sollten für eine neue Einheit von Architektur und Typographie werben, vom Dessauer Bauhaus-Schriftzug bis zum von Alvin Lustig entworfenen Erscheinungsbild des jüngst eröffneten Northland-Centers in Detroit.

Dank der engen Zusammenarbeit von Lustig und Victor Gruen, dem Architekten des als „first shopping center of the future“ beworbenen Einkaufszentrums, wurde Northland zum frühen Beispiel für ein Programm, das unter dem Stichwort „coordinated design“ Karriere machen sollte. Nicht nur gingen immer mehr Architekturbüros dazu über, sich frühzeitig der Mitarbeit von Grafikdesignern bei

großmaßstäblichen Projekten zu versichern. Vor allem entdeckten die großen Konzerne „coordinated design“ als kommunikative Schnittstelle zwischen Unternehmen und Öffentlichkeit. Vorreiter war IBM: Bereits 1956 begannen der Architekt Eliot Noyes und der Grafiker Paul Rand, einheitliche Gestaltungsvorgaben für die Fabriken und Filialen des Unternehmens zu entwickeln. Nur die die globale Standardisierung des Erscheinungsbildes, vom Logo bis zum Türschild, konnte, so Noyes, den „Geist“ von IBM klar und unmissverständlich kommunizieren. Visuelle Vereinheitlichung bislang unbekanntes Ausmaßes war damit zur Mission privater Unternehmen geworden.

Totale Zeichenumwelten

Es waren nicht allein die neuen „corporate spaces“, die dafür sorgten, dass in den Nachkriegsjahrzehnten die Entwicklung visueller Zeichensysteme ins Zentrum ambitionierten Grafikdesigns rückte. Vor allem entstanden mit neuen Architekturen der Massenmobilisierung wie Einkaufszentren, Großkrankenhäusern und Transitflughäfen immer komplexere Verkehrsräume urbanen Maßstabs, die sich ohne grafische Leitsysteme kaum noch

erfassen ließen. Hier löste sich ein, was Venturi und Scott Brown Jahre später für Las Vegas beschrieben haben: Die Zeichen wurden wichtiger als der Raum, denn ohne sie war man in den endlosen Parkgaragen, Korridoren und Terminals buchstäblich verloren.

Mit den neuen Aufgaben wuchs das Selbstbewusstsein der Designer. Benno Wissing etwa, der das Leitsystem für den

Amsterdamer Flughafen Schiphol entwarf, nannte sein 1963 mit Wim Crouwel und Friso Kramer gegründetes Büro selbstbewusst „Total Design“. Der Anspruch an „Totale Umweltgestaltung“ verband sich im Falle Schiphols mit dem Glauben an die Kraft der grafischen Reduktion: konsequente Kleinschreibung, der Verzicht auf alle Symbole außer einfachen Pfeilen und eine Farbkodierung, die zwischen gelben Schildern zur Steuerung des „passenger flows“ und grünen Ausschilderungen verschiedener „services“ unterschied, verliehen dem Flughafen eine visuelle Klarheit, die weltweit zum Vorbild wurde.

Flughäfen galten in den 1960er Jahren als Monumente des Fortschritts wie als Vorboten einer kommenden Weltgesellschaft. So erklärte der Künstler Constant Nieuwenhuys anlässlich der Eröffnung von Schiphol den Flughafen zum „Modell der Stadt von morgen“. Und der

Dichter Eugen Gomringer feierte ihn 1969 als Ideal einer „Begegnungsstätte der modernen polyglotten Gesellschaft“, die durch „unzweideutige“ Zeichen miteinander kommuniziert. Dieser universalistische Traum der „Visuellen Kommunikation“ war in den 1960er Jahren weit verbreitet. Vor allem internationale Großereignisse, wie die Olympiade in Tokio 1964 oder die Expo 67 in Montreal boten Bühnen für visuelle Zeichensysteme, die alle Sprachgrenzen überwinden sollten. Am berühmtesten sind vielleicht die Piktogramme Otl Aichers, die er für die Olympiade 1972 in München entwickelte und die sich bis heute in vielen öffentlichen Bauten finden. Aicher verkörperte einen neuen Typus von Gestalter, wie ihn nicht zuletzt die von ihm gegründete Hochschule für Gestaltung Ulm hervorbrachte: Aus dem Gebrauchsgrafiker, dessen Interesse in der Gestaltung der Einzelform lag, war ein Organisator von Zeichenwelten geworden.

Navigation in Datenräumen

Visuelle Zeichensysteme der Orientierung sind heute aus dem urbanen Alltag kaum mehr wegzudenken. U-Bahnnetze und Shopping-Malls, aber ebenso Museumsquartiere und die touristisch

erschlossenen Altstädte verdanken dem „wayfinding design“ wesentlich ihr grafisches Erscheinungsbild. Und doch könnte die Epoche der Signaletik langsam zu Ende gehen. Denn Benjamins

„Heuschreckenschwärme der Schrift“ sind mittlerweile weitergezogen und haben als individuell durchsuchbare Datenströme ihren Ort auf den Displays unserer Smartphones gefunden. Mit ihnen wird städtisches Leben zur Navigation in

digitalen Datenräumen. Auch das mag ein Grund dafür sein, warum die noch ganz handfesten urbanen Zeichenräume der Moderne nun in den Blick von Historikern geraten.

Literatur

Constantine, Mildred/Jacobson, Egbert, Sign Language for Buildings and Landscape, New York 1961.

Harwood, John, The Interface. IBM and the Transformation of Corporate Design,

1945-1976, Minneapolis 2011.

Stöppel, Daniela, Visuelle Zeichensysteme der Avantgarden 1910-1950.

Verkehrszeichen, Farbleitsysteme, Piktogramme, München 2014.