



Prof. Rayan Abdullah

Markenbau
Agentur für
Corporate Identity/
Corporate Design

ra@markenbau.de
markenbau.de

Schriften:
Manual
von Ole Schäfer

Quadrat
von Fred Smeijers

Super-Wahl

CDUSPDCSUFDPGRUENELINKEANDERE
oder: die Typografie der Demokratie Teil 2

Wir Deutsche haben dieses Jahr Wahlen. Wir nennen es „Super-Wahl-Jahr“. Aber stellen Sie sich vor, Sie gehen wählen. Was wollen Sie denn wählen? Ich persönlich wähle Schriften, Farben, Logos und Bilder etc. oder? In diesem Sinne... Andere wählen Parteien, Programme, Inhalte – aber wählen wir denn nicht sowieso alle das Gleiche?

Das Erscheinungsbild einer Partei ist in bedeutendem Maße dafür verantwortlich, ob sich ein potentieller Wähler für oder gegen eine Partei entscheidet. Nicht viele studieren die Politik ausreichend und folgen den öffentlichen Debatten, um ihre Entscheidung darauf aufzubauen, sie ausschließlich rational zu begründen. Wesentlich öfter lenkt das Image einer Partei die Entscheidung. Da die Programme vieler Parteien sehr ähnlich sind, bleibt mir nur, ihre Gestaltung zu wählen. Ich schaue mir die Logos und deren Aufbau an, die Corporate Design Handbücher, falls es diese überhaupt gibt, und dabei fällt mir auf, dass das Fachgebiet zu einem Logo-Eldorado für Laien geworden ist. Wir sind von Zusatzinformationen umzingelt, über deren Bezeichnung wir teilweise nur noch schmunzeln können. Da ist von „Logozusatzzone farbig“ und „Logozusatzzone weiß“, von „Logo mit Titel und Slogan“, „Logo-Aktionsfläche“, oder „regionalem Signet“, etc. die Rede.

Es gibt Parteien, die sich ein Tier, einen Baum oder eine Blume als Zusatz zum Logo nehmen, um zu erklären, woher sie kommen. Andere „beschränken“ sich nur auf Farbe. Sie machen sich farbige Balken, Flächen oder Verläufe zum Zeichen. Sterne nehmen sich nicht die Kommunisten, sondern die Europäer. Auch Nichtmuslime bedienen sich dem Schwung des Halbmonds. Fällt sonst nichts mehr ein, schreibt man per Hand oder zeichnet etwas, das von Herzen kommt. Die Wähler

honorieren es. Ich persönlich freue mich sehr auf das „Super-Wahl-Jahr“. Es gibt viel zu sehen auf und in den Gesichtern, das vorher nicht zu sehen war.

Turnschuhe sind out, Krawatten sind in. Mann trägt Bart und Schnurrbart frisch rasiert, das ist in. Langes Haar bei Frauen ist out, zeitgemäß und in sind dagegen kurze Haare mit Farbstreifen. Ich rede nicht über die Mode, das überlasse ich lieber den Experten. Aber achten Sie doch mal auf Brillen. Sie werden das modernste und interessanteste Design entdecken. Wie ich aussehe, so bin ich, wie ich mich nach außen präsentiere, wirke ich auf andere. Auch Politiker bedienen sich dem, was wir Bildsprache nennen.

Die Farbenlehre von Goethe ist umgesetzt. Von links nach rechts, von warm zu kalt sind fast alle Farben vorhanden. Aber es kommt auf die Mischung an. Teilweise entscheiden sich Parteien mit unterschiedlichen, teilweise gegensätzlichen Programmen für ähnliche Farben und Zeichen. Es kommt wie gesagt auf die Mischung an. Wir sprechen von Ampelfarben oder Jamaicafarben (leider ohne Reggae-Musik). Möchten Sie orange wählen, dann können Sie das in Deutschland oder in der Ukraine tun. Auch wir Deutsche benutzen orangefarbene Schals, für uns bedeutet Orange zu wählen aber Schwarz wählen. Ich überlasse Ihnen die Deutung der Farben.

Apropos Schrift – Alle Parteien behaupten, dass sie ein eigenes Programm haben. Doch unterscheidet das sich zur Zeit nur noch sehr minimal von denen der anderen Parteien. Alle Werte der Partei sollen den Wählern aber auf Plakaten eindeutig wiedergeben werden. In Schriften lesen wir Werte, Inhalte und Informationen. Und da die Parteien unterschiedlich sind, erwarten wir auch unterschiedliche Schriften. Sobald diese Schriften aber nicht vorhanden sind, darf man Helvetica, Arial, und Ähnliches nehmen. – Plötzlich

sind alle Parteien auch in Ihrer Darstellung gleich. Wir erwarten von unseren deutschen Parteien, dass sie auf deutsche Schriften zurückgreifen. Einige tun das auch. Die Schriften Corporate S und Meta zählen zu den markantesten und bekanntesten. Ich bin gespannt, welche Schriften wir dieses Jahr beim „Super-Wahl-Jahr“ zu sehen bekommen. Am Ende entscheiden wir uns doch nur für drei bis fünf Buchstaben, und mehr nicht. Aber ich bitte Sie, wollen Sie Ihre Stimme solchen Buchstaben geben, die teilweise weit entfernt davon sind typografisch zu sein, die nicht für gute Typografie, für kompetente Handhabe stehen?

Was bleibt mir, außer zu sagen, dass die Parteien weit davon entfernt sind, eine Marke zu sein. Auch dieses Mal tragen sie nicht dazu bei, Deutschland selbst als Marke zu etablieren und zu entfalten. Sollten Sie wählen gehen, was Ihr Recht ist, dann achten Sie auf Ihre letzte Aktion, nämlich die, den Buchstaben x richtig und wenn es geht, in Schönschrift auf den Zettel zu schreiben.

Anatomisch gesehen entsteht x aus der Spiegelung der Linie, unter Berücksichtigung der Schreibrichtung. In unserer Sprache finden Sie für den Buchstaben x nur sehr selten Verwendung, es gibt so wenige Anwendungen. Doch es gibt die Wahlen. Alle vier oder fünf Jahre. Dann bekommt x eine besondere Bedeutung, dann dürfen wir x schreiben. Und auch wenn keiner das x genau anschaut, kreuzen Sie x oder schreiben Sie es nicht beiläufig. Uns verbindet die Ästhetik mehr als ein Parteiprogramm. Und da wir Wähler der Ästhetik sind, freuen wir uns auf die Wahlen und lassen uns überraschen. Auf jeden Fall dürfen wir diesmal nicht von visuellem Müll sprechen, wenn wir tausende von Plakaten das ganze Jahr über in den Straßen sehen.

Im Namen der Demokratie liebe ich die Typografie.