

Wohnen mit A bis Z

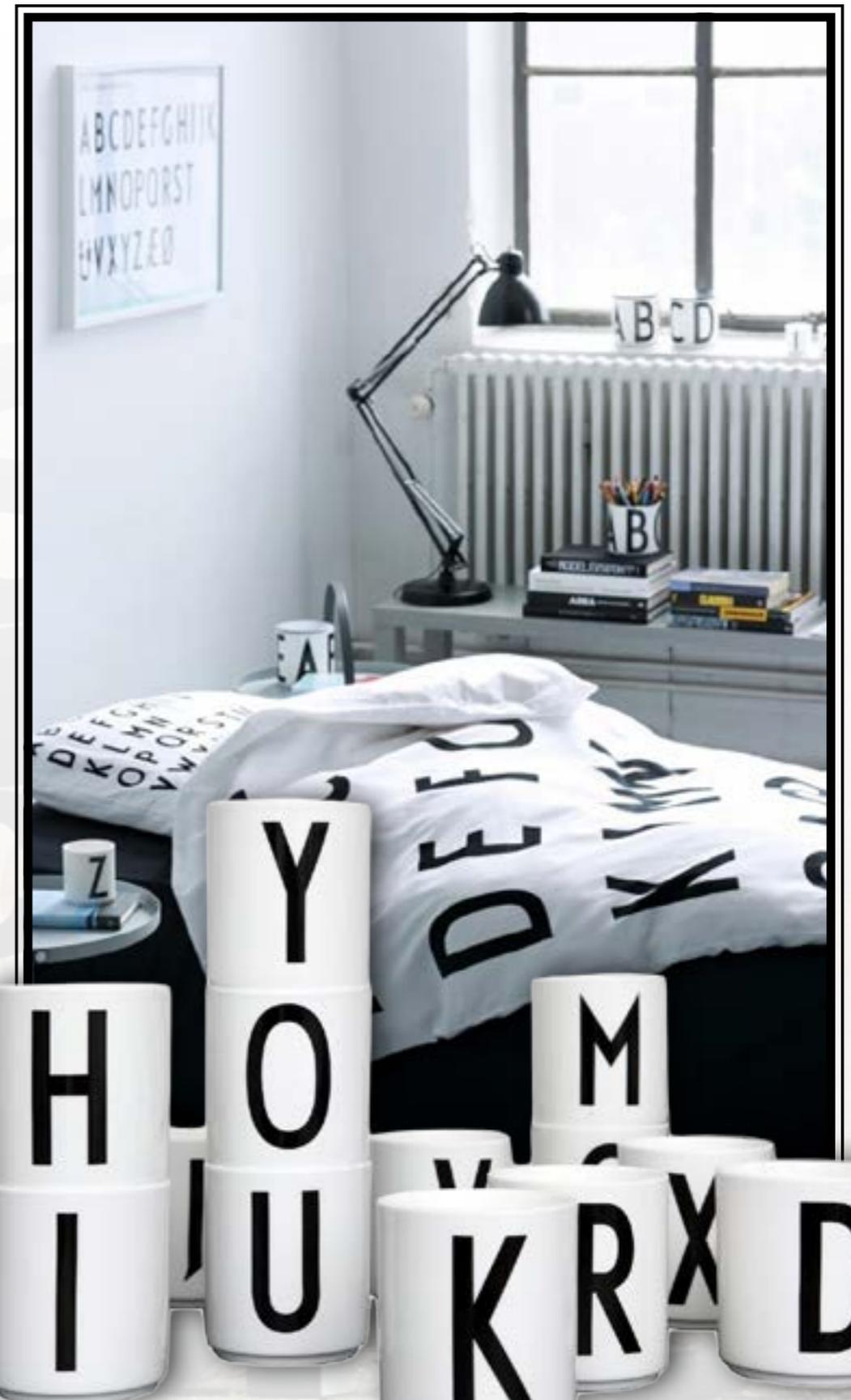
Das Haus spricht: Ob als Accessoire, Möbelstück oder Designelement – Typografie hat den Wohnraum erobert. Doch was steckt hinter dem Trend? Über das Leben im Buchstabensalat.

VON SOPHIE HILGENSTOCK



Gerade wurden sie mühsam abgeklebt, die Holzbuchstaben an der Kinderzimmertür, in knalligen Farben, mit Tieren und Clowns verziert, ein gebogenes „Laura“ oder „Jonas“ bildend. Schon ziehen neue Buchstaben in den Wohnraum ein. An den Wänden, im Regal, auf dem Tisch, mitten im Raum – überall blickt man auf Schrift. Ob einzelne Lettern oder ganze Sätze, ob sinnige Sprüche oder markige Namen, ob aus Glas, Stahl, Holz, Stoff, Porzellan oder Leder: Typografie als Designelement ist jetzt Trend. Wer etwas auf sich hält, integriert leuchtende Schriftzüge, Buchstabenmöbel oder Alphabetwäsche in seine Einrichtung.

Was mit ein paar Buchstaben auf Tassen begann, hat inzwischen das ganze Haus erobert. Man sitzt an einem „A“, man bettet den Kopf auf ein „B“, man macht Licht mit einem „C“ – Buchstaben sind nicht mehr bloß Buchstaben. Jetzt haben sie Funktion. Man nutzt sie als Möbelstück, als kurzweilige Deko oder dauerhaftes Gestaltungselement. Es gibt Alltagsgegenstände wie die Becher, Teller, Handtücher und Kissenbezüge der dänischen Firma Design Letters, die sich mit ihrer schlichten Arne-Jacobsen-Typo wie geschnitten Brot verkaufen. Es gibt Wandtattoos, Drucke und Poster wie die der Dawanda-Berühmtheit Claus Peter, die mit Wörtern und Sprüchen das gerahmte Bild ersetzen. Und es



gibt Stühle und Tische in Form von Großbuchstaben, es gibt gläserne Lettern, die auf Knopfdruck zu Lampen werden, es gibt übergroße Initialen, die als Skulptur ihren Dienst tun.

Bei der schweizerischen Firma Erich Keller kann man zum Beispiel alle 26 Buchstaben des Alphabets sowie das Pluszeichen und den Punkt als Möbelstück bekommen. „Set 26“ heißt die Serie, jede einzelne Letter wird aus Holz handgefertigt und lackiert. Alle Buchstabenmöbel sind 1,12 Meter hoch und 37 Zentimeter tief, aber unterschiedlich breit. „Q“ ist am teuersten (2374 Euro), „I“ unter den Buchstaben am günstigsten (651 Euro), der Punkt kostet 393 Euro.

„Ob in der Wohnung, im Büro, Shop, Empfangs- oder Ausstellungsbereich: ‚Set 26‘ wird genutzt, gesehen und gelesen“, preist das Haus Keller sein Typomobiliar an. „Verstellbare Tablare, inliegende Schubladen und passende Einsätze für Besteck oder CDs lassen die Buchstaben zu originellen Aufbewahrungsobjekten werden“, heißt es zum praktischen Nutzen. Vor allem aber seien die Buchstabenmöbel ein Eyecatcher, so der Hersteller. „Die Möbel können



als einzelne Buchstaben oder als Wörter aneinandergereiht aufgestellt werden. Man kann damit seine Initialen schreiben, den Vornamen des Patenkindes, den Firmennamen.“ Und dahinter steckt meistens mehr: eine Botschaft, eine Aussage, eine Haltung.

Tatsächlich ist Typo-Einrichtung weit mehr als schlichte Deko: „Man setzt Statements, schafft Inspiration, regt Gedankenspiele an, zeigt Persönlichkeit oder Intellekt“, sagt Sylvia Leydecker, Vizepräsidentin vom Bund Deutscher Innenarchitekten (BDIA) und Geschäftsführerin von 100 % Interior in Köln. Der Trend sei allerdings nicht neu: „Schriftzüge an und in Häusern gab es schon im alten Rom“, sagt sie. „Früher war alles nur sehr viel aufwendiger.“ Auch in der modernen Architektur spielt Typografie schon länger eine Rolle. „Die Designer David Carson und Neville Brody gingen bereits in den Achtzigern sehr spielerisch mit Typo um“, sagt die Innenarchitektin. Jetzt sei der Trend im Mainstream angekommen.

„Das kommt daher, dass es mittlerweile viele lizenzfreie Schriften gibt“, sagt Leydecker. Außerdem seien die Druck- und Produktionstechniken heutzutage so einfach und günstig, dass Typoaccessoires insgesamt deutlich leichter hergestellt werden könnten. Grund-

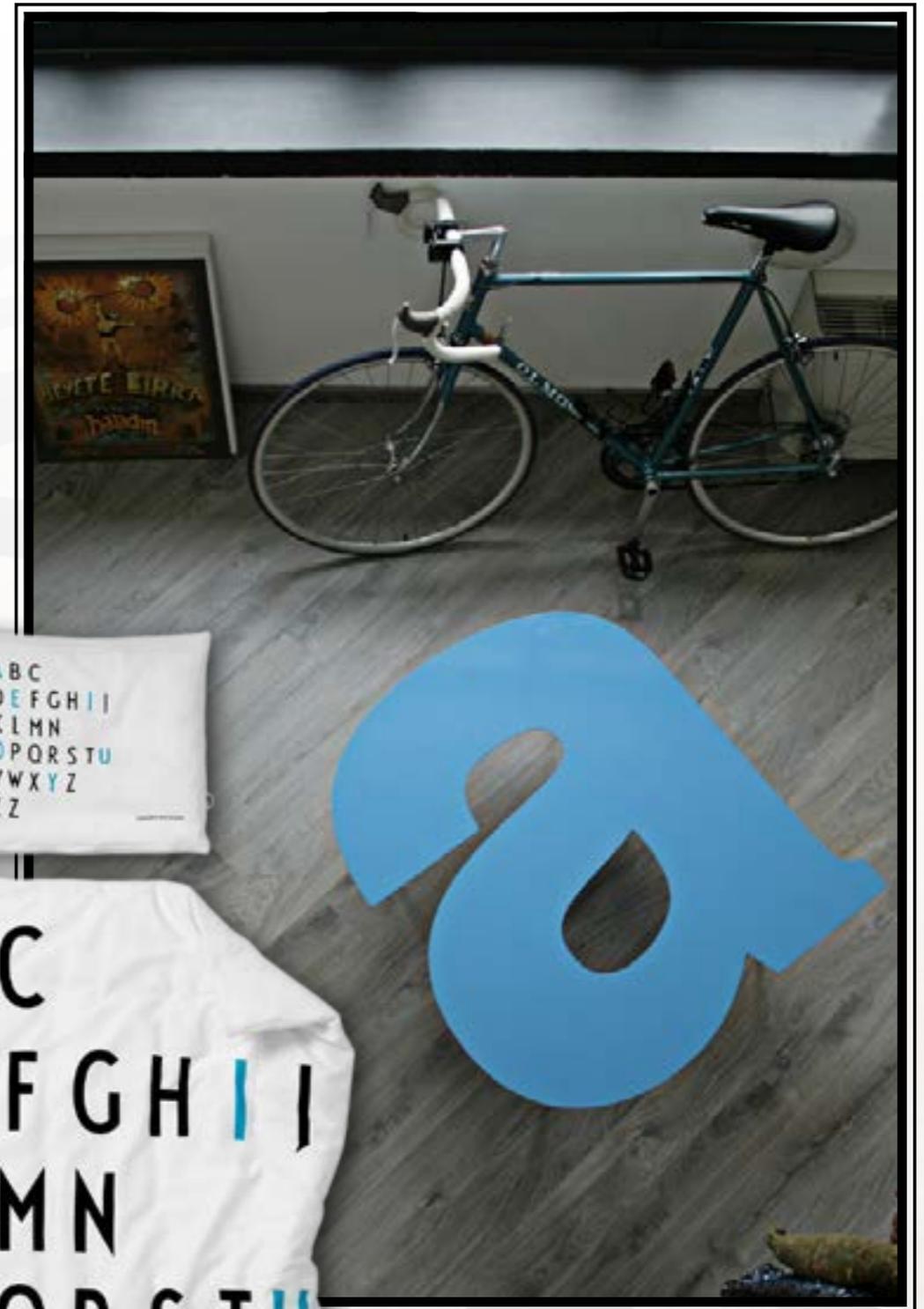


THE HOME



sätzlich sind den Gestaltungswilligen dabei keine Grenzen gesetzt, ein bisschen Schrift geht überall. „Vom Bodenbelag über die Wand bis zu Textilien – man kann an jede Oberfläche herangehen“, erklärt die Kölner Innenarchitektin. Und auch sonst schreit das Stilelement Typo nach Individualität: vom einzelnen Wort bis zum Bandwurmsatz, von der nüchternen Schriftart Univers bis zur eleganten Bellevue, von einem gebrauchten, angerosteten Fassadenbuchstaben bis zu strahlend weißen Lettern aus dem 3-D-Drucker. Typografie könne die Atmosphäre des Raums unterstreichen oder kontrastieren, weiß Sylvia Leydecker. „Sie kann Eye-catcher sein oder sich unterordnen, aber sie ist immer dekorativ.“

Was aber bewegt Menschen dazu, inmitten von Buchstaben und Worten zu leben? Die Ästhetik, glaubt die Expertin. „Typografie ist die Symbiose aus Text, Inhalt und Grafik.“ Selbst wenn man tagtäglich, in Büchern, Zeitungen, auf Straßenschildern, Werbeplakaten oder dem Kassenbon, vom gedruckten Wort umgeben ist – in der Inneneinrichtung bekomme Typografie eine neue Bedeutung, werde zum Ornament. „Mit Buchstaben kann man ganz unkompliziert Akzente setzen“, beschreibt es Sabine Freundt, die mit ihrem Mann Yves in Hamburg einen Shop für Wohnaccessoires führt. „In Deutschland waren wir mit die Ersten, die sich auf Wohnbuchstaben spezialisiert ha-



A B C
D E F G H I J
K L M N
O P Q R S T U
V W X Y Z
Z Z

A B C
D E F G H I J
K L M N
O P Q R S T U
V W X Y Z



ben“, sagt sie. Angefangen hätten sie vor zehn Jahren. „Inzwischen haben wir in unserem Raritätenlager weit über tausend Buchstaben in den verschiedensten Größen und Macharten. Das Spektrum reicht von mehr als hundert Jahre alten Zinkblechbuchstaben aus Berlin bis zu über einen Meter großen Kirmesbuchstaben mit lauter bunten Glühbirnen“, so Freundt.

Charme, Geschichte, Charakter – wer sich Vintagebuchstaben kauft, hat mehr als Deko damit im Sinn. Jedes Einzelstück habe etwas zu erzählen, erklärt Sabine Freundt. „Wir werden sehr oft danach gefragt, woher die Buchstaben stammen“, sagt sie. „In den meisten Fällen wissen wir das auch.“ Bis zu 950 Euro kosten die Wohnbuchstaben, die man unter www.freundts.de bestellen kann. Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig: „Oft werden Buchstaben fürs Kinderzimmer gekauft“, sagt die Hamburgerin. „Oder die Initialen der gesamten Familie werden zusammen arrangiert.“ Im Trend ist es auch, ganze Wörter an die Wand zu kleben oder auszustellen. Das reicht von einem „London“ als Lieblingsstadt bis zu einem wegweisenden „Eat“ oder „Cook“ in der Küche. Doch nicht immer steckt eine intelligente Note dahinter.

Die Schriftzüge „Home“ und „Love“ etwa sind für Sylvia Leydecker inhaltsleere Massenware. „So schön diese Dinge sind, als Dekoelement



Freundts



SABINE UND YVES FREUNDT



kann ich sie nicht mehr sehen. Es gibt doch wirklich Originelleres!“ Die Innenarchitektin verweist auf die Wand ihres nüchtern gehaltenen Besprechungsraumes: Dort prangt ein buntes „Yeah“.



www.designletters.dk

www.set26.ch

www.freundts.de

www.de.dawanda.com/shop/heyhey