

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 3 (1990)  
**Heft:** 8-9

**Artikel:** Ein Schriftzug hat eben keine Funktion : Werber Robert Stalder und die Logos  
**Autor:** Stalder, Robert  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-119240>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 26.01.2026

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



# Ein Schriftzug hat eben keine Funktion

**Schöne Dinge – schön angepriesen? Robert Stalder hat näher hingeschaut.**

Ich habe drei Zeitschriften durchgeblättert, die mit den schönen Dingen des Lebens zu tun haben. Mit Architektur, mit Häusern und mit dem Wohnen. Man könnte denken: Wer schöne Dinge anpreist, der zeigt die auch schön, das heisst, er macht schöne Bilder, schöne Layouts, nimmt schöne Schriften, auf dass es eine Freude sei, das anzuschauen, eine Augenweide; trinkt, o Augen, was die Wimper hält, von dem goldnen Überfluss der Welt oder so. Geschrieben muss es ja nicht schön sein. Ich zitiere jetzt wörtlich aus der Werbung in diesen drei Zeitschriften, die von und mit den schönen Dingen des Lebens handeln, damit Sie sehen, dass da durchaus von Schönheit die Rede ist. «Der versöhnende Vergleich zwischen Gemüt und Ästhetik gelang dem Designer Koni Ochsner.» «In einer Zeit, in der stilvoll eingerichtete, wohlausgestattete Küchen immer mehr zum attraktiven Mittelpunkt der Wohnung werden...» «Klapptisch mit Charme.» «Eine stilvolle Wohnidee bietet die elegante Sitzgruppe <Denver elisée>.» «Visionen der Raumgestaltung.» «Eleganz und Komfort für jedes Bad.» «Gemütlichkeit und vielseitiges Design.» «Topexklusive Polstermöbel.» «Stilreine und formschöne Entwürfe.» «Natürliche Vielfalt von Materialien, Farben und Formen.» «Zeitlose Schönheit in Stein.» «Phantasielose Raumgestaltung ist passé.» «Es ist Zeit für eine neue Büroökultur.» «Niemand kennt das Geheimnis von Feldschlösschen.» (Entschuldigung, das gehört nun wirklich nicht hierher.) «Gute Architektur muss nicht teuer sein.» «Perfekt im Design. Perfekt in der Technik.» «Konsequenz der Ästhetik.»

Nun also zu den Bildern. Es würde den eleganten, zeitlosen Rahmen dieses Beitrags sprengen, wenn ich hier Bilder, Schriften und Layouts zeigen würde. Ich habe einfach ein paar Signete ausgeschnitten. Die sind ja sozusagen die Visitenkarte all dieser Hersteller, die mit Schönheit zu tun haben. Und hätte dazu schon ein paar Fragen.

 <b>Fabobau</b> <b>Formvollendet?</b>	 <b>HWB</b> <b>Elegant und gemütlich?</b>
 <b>griobau</b> <b>Perfekt in der Technik?</b>	 <b>STOSA</b> <b>Attraktiv?</b>
 <b>movitec ag</b> <b>Konsequent?</b>	 <b>FREGO</b> <b>Zeitlos?</b>
 <b>Schieser</b> <b>Wohlausgestattete Firmenidentität?</b>	 <b>ELBA-HAUS</b> <b>Gute Form?</b>
 <b>Aleson</b> <b>Attraktiver Mittelpunkt der Anzeige?</b>	 <b>mp haus</b> <b>Schöner wohnen?</b>
 <b>VonDach + Co</b> <b>Vielseitig? Doch ja.</b>	 <b>RENOLIT-HAUS AG</b> <b>Ideales Heim?</b>
 <b>homogen</b> <b>Homogen?</b>	 <b>GLORIA BRUGG</b> <b>Vision der Signetgestaltung?</b>
 <b>Lustion</b> <b>Modern?</b>	 <b>ULACON AG</b> <b>Perfekt im Design?</b>
 <b>IMMOVERA</b> <b>Der Schlüssel zur Schönheit?</b>	 <b>SITAG</b> <b>Konsequenz der Ästhetik?</b>

Es ist nicht die Geschichte vom Zahnarzt, dessen Kinder kaputte Zähne haben, oder die vom Schuhmacher, dessen Kinder kaputte Schuhe haben.

Die Unternehmen, die den schönen Dingen des Lebens zugetan sind, kaufen diese Grafik ja ein. Beim Hausgrafiker oder bei der Werbeagentur. Und die denken: Da muss man doch gleich sehen, dass es um Gestaltung geht. Und dann gestalten die drauflos. Und dann entsteht ein Stuhl, auf dem man nicht sitzen kann. Es ist in diesen Zeitschriften auch häufig von der Funktionalität die Rede. Ein Schriftzug hat eben keine Funktion. Ausser die, in einem Inserat nicht unangenehm aufzufallen.

ROBERT STALDER