

Zeitschrift: Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art
Band: 19 (1932)
Heft: 4

Artikel: Funktion und Form im Bauen und Drucken
Autor: Schmidt, Georg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-17648>

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: 18.02.2026

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

sondern man beschäftige sich auch mit den Säulenordnungen und Profilierungen.

(Kleine Anfrage der Redaktion: Wie denken die intimen Freunde, Herausgeber und Propagatoren von Adolf Loos hierüber?)

Das klassische Ornament spielt im Zeichenunterricht dieselbe Rolle wie die Grammatik. Es hätte keinen Zweck, Latein nach der Berlitzmethode zu lehren. Der lateinischen Grammatik und weiter jeder Grammatik überhaupt verdanken wir die Zucht der Seele, die Zucht unseres Denkens. Das klassische Ornament bringt Zucht in die Formung unserer Gebrauchsgegenstände, züchtet uns und unsere Formen, bringt trotz ethnographischer und sprachlicher Unterschiede eine Gemeinsamkeit der Formen und ästhetischen Begriffe.

Und es bringt Ordnung in unser Leben. Der Mäander — das genaue Zahnrad! Die Rosette — die genaue zentrale Bohrung, aber auch der richtig gespitzte Bleistift!

Alle Kinder haben gleich erzogen zu werden. Vor allem darf es keinen Unterschied zwischen Stadt und Land geben. Handarbeiten sind für das Leben der Frau auf dem Lande unbedingt notwendig; aber auch der Stadtfrau bedeuten sie manchmal wohlütige Erholung in der häuslichen Wirtschaftstätigkeit. Der Zeichenunterricht ignorire sowohl die nationale Bauerntechnik wie die letztmodernen Erzeugnisse der Stadtfrau. Dort wird die Tradition, hier die Mode die Techniken und Formen bestimmen. — —

Josef Frank über neudeutsche Typographie

(Aus «Architektur als Symbol», vergleiche «Werk» Januarheft 1931, S. 27.)

«Welcher merkwürdige Gedanke, mit Lettern Weltanschauung zu treiben? Die Blockschrift, die seit jeher bestanden hat, war dazu da, um, mit grossen Lettern geschrieben, weithin lesbar zu sein. Jetzt wird sie adaptiert, für den Buchdruck verwendet, kreuz und quer gedruckt, wobei sie aber in normaler Grösse unleserlich ist. Das ist selbstverständlich, denn je verschiedenartiger die Buchstaben aussehen, je ungleichförmiger sie sind, was der Kulturmensch durch dicke und dünne Linien erreicht, desto besser wird der Satz übersehbar. Das ist seit langem erkannt und typisiert. Der neuen Modeschrift folgend, Produkt eines verworrenen Idealismus, werden die Buchstaben wieder vergrössert, die Titel in Plakatformat gedruckt, der ganze gemeine Betrieb des Werbewahns auf das Buch übertragen. Warum? Es liegen hier unklare Vorstellungen von der Gleichheit als moralisches Prinzip vor. Aber der Gleichheit von Haar- und Schattenstrichen! Puritanische Gehässigkeit, die den Schattenstrichen nicht den Vorzug ihrer Fettleibigkeit vergönnt! Dieses vollkommen missverstandene Prinzip einer Gleichmacherei ist der Ausfluss der Normungswut, die natürlich «die» Schrift erfinden will, die es für unmoralisch, das heisst die deutsche Wirtschaft schädigend usw. hält, dass zwei Lettertypen existieren.

Der neue Typograph ist nicht mehr der Diener seines Autors, er will mitarbeiten und seine Tätigkeit den des andern unterschieben, sich mit Plakatmitteln aufdrängen und die Regie führen. «Der alte Satzaufbau war passiv und frontal», schreibt einer dieser Kunstgewerbewarte, «während der neue Satzaufbau aktiv und raumzeitlich ist». Und wenn wir selbst annehmen, dass der Betreffende weiß, was raumzeitlich heisst, so zeigt doch seine Weltkenntnis, dass er weder in unserem Raum noch in unserer Zeit lebt.»

Funktion und Form im Bauen und Drucken

Ein Aufsatz dieses Titels von Dr. Georg Schmidt SWB in Basel ist in der Zeitschrift «Imprimatur» erschienen. Wir bringen einen Abschnitt daraus mit der gültigen Erlaubnis des Verfassers zum Abdruck.

Die ersten «kubischen» Häuser und Möbel schauen uns heute schon durchaus komisch, d. h. historisch an. Und der feiner Hinhorchende kann sogar in der Entwicklung nur schon seit «Stuttgart», d. h. seit 1927 einen deutlichen Schritt vorwärts in der Ueberwindung des Formalismus feststellen. Am spürbarsten aber ist diese Entwicklung in der Typographie: die «Balken- und Blickfangtypographie», vor wenigen Jahren noch ein starkes, weil unverbrauchtes Mittel typographischer Wirkung, ist heute bereits neidlos Privileg der Provinz. Leider ist damit keineswegs gesagt, die Gefahr des Formalismus, des Modewerdens der neuen Form, der einst der Jugendstil erlegen ist, sei bereits endgültig beschworen. Auch in vorderen Fronten ist es noch immer und wohl noch auf lange hinaus eine der wichtigsten Aufgaben, diese Gefahr zu demaskieren, wo immer sie sich erhebt.

«Formalismus» heisst Selbstherrlichkeit der Form. Selbstherrlich gegenüber wem? Gegenüber allem dem, was man unter dem Begriff «Funktion» zusammenfasst.

Die wichtigste Eigentümlichkeit der Werke des sachlichen Denkens ist es, dass sie dem Wandel der Stile, dass sie der Mode nicht unterworfen sind. Wohl ändern auch sie ihre Gestalt, aber nur dann, wenn eine der unter dem Begriff der Funktion zusammengefassten Bedingtheiten sich ändert: wenn neue Anforderungen an den Gebrauch gestellt werden (neue hygienische Einsichten z. B.), wenn neue Konstruktionsweisen oder neue Materialien erfunden werden oder wenn neue wirtschaftlich-gesellschaftliche Tatsachen auftreten. Die Werke des sachlichen Denkens sind im präzisesten Sinne «stilos». Sie veralten nicht in ihrer Form, sondern nur in ihrer Konstruktion, ihrem Material oder ihrer Gebrauchsfähigkeit. In jeder Gegenwart können Werke des sachlichen Denkens, die in den allerverschiedensten Zeiten entstanden sind, brüderlich nebeneinanderstehen — solang nur sie dem Menschen dieser Gegenwart dienen.

Die Uebertragung des sachlichen Denkens auf Haus, Möbel und Gerät schliesst zwangsläufig in sich das Ziel, auch diese Dinge dem Wandel der Stile zu entziehen, sie ausschliesslich dem Wandel der objektiven Bedingtheiten zu unterstellen. Es handelt sich hier also nicht um

einen «neuen Stil», sondern ganz im Gegenteil um nichts Geringeres als um die Ueberwindung der Stile! Die Frage, ob wir aufatmend feststellen dürfen: wir haben wieder einen Stil, wir rangieren wieder unter die Zeiten, die mitreden dürfen, die mitgeredet werden — diese Frage hat hier nicht das geringste positive Interesse mehr, sondern im Gegenteil ein durchaus negatives Interesse. Die Frage gar, ob modern oder nicht modern, ist von hier aus überhaupt gegenstandslos. Es gibt nur die eine Frage: ob heute brauchbar oder nicht. Ein Gerät, das vor 10 000 Jahren erfunden worden ist, kann unter Umständen heute noch unveränderter brauchbar sein als eines, das vor einem Jahr erfunden wurde.

Im Bauen also ist die Situation wohl ziemlich klar. Aber im Drucken? Nach dem Gesagten dürfte wenigstens so viel sicher sein: es kann keine Sorge mehr sein, dass sich Häuser, Möbel, Bücher und Verse im gleichen «Stil» darbieten. Das Druckwerk braucht also nicht länger nach seiner grösseren Schwester, der Architektur, hinaufzuschielen. Es braucht nicht mehr Ableger der Architektur zu sein. Es kann sich vollkommen autonom und vorurteilslos auf seine allereigensten Notwendigkeiten und Möglichkeiten besinnen.

Und da ist nun festzustellen, dass für das Druckwerk das Optische an sich, die Form an sich unter die lebenswichtigen, entscheidenden Funktionen fallen kann! Wenn wir nämlich die verschiedenen Zwecke ins Auge fassen, denen Druckwerke dienen können, so müssen wir zwei einander grundsätzlich entgegengesetzte Zwecke unterscheiden: die Mitteilung und die Werbung. Kurt Schwitters ist es, der mit besonderer Entschiedenheit auf diese beiden Funktionen des Druckwerks und auf die daraus sich ergebenden formalen Konsequenzen aufmerksam gemacht hat.

Das mitteilende Druckwerk fällt vollkommen unter die für das Bauen dargelegten Grundsätze. Das mitteilende Druckwerk ist nichts als Brücke zwischen dem mitzu teilenden Inhalt und dem Empfänger der Mitteilung. Seine Form gewinnt es aus nichts als aus den Gegebenheiten des Inhalts und des typographischen Materials und aus den Bedürfnissen des Aufnehmenden (logische Geordnetheit und flüssige Aufnahmbarkeit). Der Formalismus ist sein grössster Feind, die Ueberwindung des Formwandels nur um des Wandels willen sein wichtigstes Ziel. Das mitteilende Druckwerk ist darum der Normung zugänglich, ja sie heischend.

Vollkommen umgekehrt das werbende Druckwerk — handle es sich nun um geschäftliche oder um geistige Werbung. Für das werbende Druckwerk ist die Wandellosigkeit geradezu der Tod! Es kennt kein Gebot als die Ueberraschung, als das ständig Neue. Es kennt kein Verbot als die Langeweile. Es kennt keine Norm als die

Furcht und die Flucht vor der Norm. In solchem Mass gilt dies für das werbende Druckwerk, dass es sich sogar ins Gewand der strengsten Norm, der absolutesten Sachlichkeit kleiden kann — solang nur dieses Gewand unausgetragen ist! Umgekehrt kann Unklarheit einmal geradezu die optisch und psychologisch stärkere Werbewirkung haben als Klarheit. Gewiss, auch das Werbedruckwerk teilt mit, aber es schickt der Mitteilung, gleichsam als Ausrüfer, voran eine rein optisch wirksame, aggressive Form. Die «Blickfangtypographie» ist gar nicht etwa deswegen heute so sehr erledigt, weil sie an sich schlecht war, sie war an sich sogar ganz vorzüglich, sondern ganz einfach deswegen, weil sie in ihrer Wirksamkeit ausgeschöpft ist. Vor keinem Formalismus braucht sich das Werbedruckwerk zu scheuen, vor keinem Mannerismus sogar, als allein vor dem ausgeschöpften.

Hatte nicht, genau bedacht, auch der Formalismus der historischen Stile in erster Linie werbende, propagandistische Funktion? Ist nicht Propaganda der Formalismus eines Häuptlingsschmucks, eines Kirchenportals, einer Rathausfassade, eines Fürstenparks? Und ist nicht Propaganda auch der moderne Formalismus eines Warenhauses in «Glas und Eisen»? Propaganda der Formalismus der Damen- und Herrenmode (im Gegensatz zur rein zweckhaften Berufskleidung)? Propaganda der funktionalistische Formalismus eines sowjetrussischen Klubhauses? Und darum: ist überall hier der Formalismus und sein Bedürfnis nach ständigem Wandel nicht durchaus richtig für den, der an die propagierte gesellschaftlich-wirtschaftliche Form glaubt — oder zum mindesten von ihr lebt? Und ist ein Formalismus nicht um so ursprünglicher, je ursprünglicher der Glaube an das Propagierte, je grösser, oft allerdings auch je bedrohter die Macht des Propagierten?

Für das Werbedruckwerk also ist die Form nicht das absichtslose Ergebnis der Funktion, wie für das Mitteilungsdruckwerk und wie für das Bauen, sondern die entscheidende Funktion selber. Daher hat sich die Vorstellungskraft des Herstellers bei der Schaffung eines Mitteilungsdruckwerks, genau gleich wie bei der Schaffung eines Hauses, eines Möbels und eines Geräts, ausschliesslich auf die Erfüllung der Funktion zu legen — bei der Schaffung eines Werbedruckwerks aber, genau gleich wie bei der Schaffung eines Werbebauwerks, in erster Linie auf die Form! Sind Wohnhäuser, Schulhäuser, Verwaltungsgebäude, Bahnhöfe Werbebauwerke? Ihrem sachlichen, ihrem seinsollenden Wesen nach wohl kaum. Villen hingegen — ihrem Wesen nach durchaus ja, und Kirchen — ja, und Banken — ja, auch Kaufhäuser — heute noch! Und sind Briefköpfe Werbedruckwerke? Ja — heute noch!

Dr. Georg Schmidt.