

KULTURAS24

August 2022

Neon



Möchten Sie benachrichtigt werden, wenn die nächste Ausgabe erscheint? Dann schicken Sie uns bitte eine kurze Email mit dem Betreff «KulturAbo»

Gebrauchsanweisung für KulturA

Nutzung

Das PDF im Querformat ist bequem zu lesen – im PC, Notebook oder Tablet. Die Interaktion ist immer vorhanden, wo sie funktional ist, z.B. im Inhaltsverzeichnis. Oder bei Querverweisen. Einfach klicken.

Diese Publikation ist für den persönlichen Gebrauch der/des Lesers/in bestimmt. Die kommerzielle Nutzung ist untersagt. Der Verkauf an Dritte ist nicht gestattet. Die Verbreitung über andere sites als www.portugal-kultur.de ist nicht erlaubt, da diese Ausgabe durchaus noch Korrekturen und Erweiterungen erfahren kann.

Die dem Leser eingeräumten Nutzungsrechte berechtigen ihn nicht dazu, Texte oder Bilder an Dritte zu verkaufen. Wenn Sie Bilder erwerben wollen, treten Sie bitte mit dem Verleger (pheitlinger@gmail.com) in Verbindung.

Selbstverständlich kann das Heft vom Leser ausgedruckt und in privaten und öffentlichen Bibliotheken integriert werden.

Diese Veröffentlichung ist kein Heft der „akademischen“ Art. Der stetige Qualitätsschwund der sog. akademischer Zeitschriften (Ausnahmen bestätigen die Regel) ermuntert uns nicht dazu, mit solchen in einem Topf geworfen zu werden. Dennoch ermutigen wir Schüler und Studenten dazu, aus KulturA zu zitieren.

Heimat

KulturA ist immer auf folgenden Web-Seiten zu finden: www.portugal-kultur.de/kulturA. In 2022 ist die Verteilung der PDFs kostenlos.

Verleger, Copyright

Die Hefte von KulturA, ausschließlich im digitalen Format PDF verbreitet, werden herausgegeben und gesetzt von Paulo Heitlinger; sie sind auch intellektuelles Eigentum des Verlegers. Es gibt keine gedruckte Fassung.

Benutzen Sie den Acrobat Reader, um KulturA zu lesen.

So profitieren Sie von allen Navigations- und Interaktions- Möglichkeiten, die in diesem PDF vorhanden sind. Außerdem können Sie Ihr Exemplar mit Unterstreichungen markieren und mit Notizen versehen.

Der Acrobat Reader ist kostenlos und bei Adobe herunterzuladen.

Werbung

Die letzten Seiten enthalten oft Werbung. Wenn Sie Publikationen, Kongresse, Lesungen, Ausstellung oder sonstige kulturelle Initiativen ankündigen wollen, senden Sie uns bitte rechtzeitig Texte und Bilder. Die Veröffentlichung im Anzeigen-Teil ist kostenlos.

KULTURAS24

August 2022

Themen

Intro	5
Made in Germany	10
Köln	11
Berlin	17
Warschau.....	24
Made in USA	30
Las Vegas	31
Eat!.....	44
Klassiker	56
Motels.....	62
Made in Portugal.....	70
Lissabon	71
Ausstellung „Cidade Gráfica”	75
Ausstellung „Brilha Rio”	92
Porto	101
Hong Kong.....	121
Making of.....	131
Kuba.....	146
Bruce Nauman	157
Keith Sonnier.....	166
Die Besten.....	180
Die Autoren	190



**Foto auf der Titelseite:
Neonreklame für
die Marke 4711
(Kölnisch Wasser), im
Kölner Hauptbahnhof.
Foto: ph.**

Neonwerbung ist wieder gefragt

Einst überstrahlten die Leuchttafeln und Neonreklamen das Grau vieler Metropolen; jahrzehntelang warben sie für Produkte mit Rang und Namen. Nun werden sie als Nostalgierartikel und Kunst geschätzt. Diese Schilder sehen nicht nur gut aus, sie erzählen auch ein Stück Stadtgeschichte. In Lissabon, Spanien, Berlin und Warschau begann die Rettung alter Lichtwerbung. In den USA begann sie schon vor einiger Zeit.

Denn die leuchtenden Buchstaben verschwinden aus dem Stadtbild. Durch Globalisierung und Standardisierung werden lokale, regionale, meist traditionelle Betriebe, Einzelhandelsgeschäfte und dessen handwerklich hergestellte Schriftzüge verdrängt. Individuell und hochwertig gestaltete Ladeninschriften verschwinden aus unserem Blick und auch aus unserem Bewußtsein, wenn wir sie nicht bewahren.

Diese Aufgabe übernehmen jetzt die Buchstabenmuseen. In den USA gibt es einige solche Museen: in Las Vegas, zum Beispiel. Es mehren sich die Initiativen, die Neonwerbung fotografieren und diese Bilder online zeigen: In Chicago, in Karlsruhe, im Typenmuseum...

Sie lieben Buchstaben, Stadtgeschichte, urbane Kultur? Dann unterstützen Sie die Arbeit der Werbung- und Buchstabenmuseen...



Eine Reparatur an den Neonbuchstaben des Coliseu in Porto, Portugal. Foto: ph.

Intro

Neonreklame gibt es seit gut **110 Jahren**. Wie unsere Leser schon anhand des Fotos auf der ersten Seite vermutet haben, ist die Ästhetik der Werbeschilder mit leuchtenden Farben das zentrale Thema dieser Kulturas-Ausgabe. **City Lights aus Neon** ist der dekadente Charme vieler Städte, alle große Metropolen wurden mit Neon-Werbeschilder dekoriert. Und diese schrille Kakophonie der elektrisch leuchtenden Buchstaben schafft es immer wieder, uns zu verlocken. Die Neonlichter kommen aus der Mode, aber die Initiativen, sie neu zu beleben, nehmen immer wieder neuen Anlauf...

Die Neonreklame ist vom Aussterben bedroht; ist sie Kunst oder dienen die Schilder und Letterings nur der Reklame? Unsere Hommage an die urbanen Neonlichter erscheint jetzt, weil die Neonlampe vor 110 Jahren vom französischen Chemiker **Georges Claude** (also im Jahre 1912) entwickelt wurde. Und sie erscheint jetzt, weil wir in Lissabon Gelegenheit hatten, eine sehr schöne Ausstellung von Leuchtreklamen zu dokumentieren.

Rita Múrias und ihr Ehemann **Paulo Barata Correa** haben im Lissabonner Stadtteil Marvila die Ausstellung „**Brilha Rio**“ mit ihrer Sammlung von Neon- und Werbeschilder bis Ende Mai 2022 veranstaltet. Sie möchten so bald wie möglich in Lissabon ein Museum für eine bleibende Ausstellung einrichten. Dann gäbe es ein weiteres eu-

Anbringung von Neon-
Buchstaben in Famalicão,
Portugal. Foto: ph.

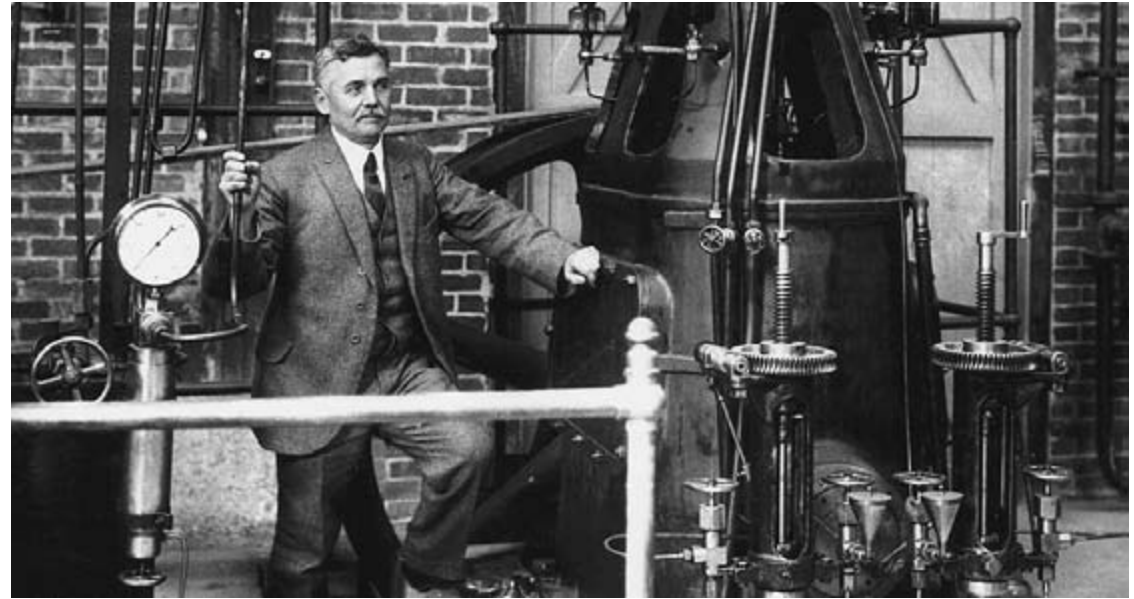


ropäisches Museum für **Neon-Kunst** – neben dem Berliner **Buchstabenmuseum**, dem Warschauer **Neon Museum** und dem US-amerikanischen **Museum for Neon Art**.

Auch in Lissabon lud die Schau historischer Leuchtschriften ein, den Blick auf eine Zeit zu schärfen, als Reklame noch eine Art von Kunst war. Sie zeigte Unikate, handgefertigt und anders als heutige Plakatwerbung, die sich ständig selbst erneuert, für eine kleine Ewigkeit geschaffen.

Die Neonlampen leuchten nicht nur für die Reklame; auch einige Künstler haben sich der Neonlichter bedient, um Kunstwerke zu schaffen. Von diesen haben wir uns **Bruce Nauman**, den wohl bekanntesten Licht-Künstler, herausgepickt, um einige seiner suggestiven Kunstwerke zu zeigen. Außerdem gehen wir auch auf **Keith Sonnier** ein.

Sie mögen aber keine leuchtende Reklame? Aber schauen Sie mal: als Sie dieses Medikament ganz dringend gebraucht haben, dann wurden Ihre Schritte zur nächsten Apotheke von diesem Neon-Logo geleitet...



Vor 110 Jahren

Das erste Neonlicht wurde vor 110 Jahren in Paris gezeigt. Der Erfinder, **Georges Claude**, war ein französischer Ingenieur, der für den "Edison von Frankreich" gehalten wurde. Doch seine Zusammenarbeit mit den Nazis warf ihn aus seiner Karriere und führte zu seiner Gefangennahme.

Georges Claude hatte einen gehörigen Erfolg mit seiner Erfindung, die ein Beiprodukt seiner Experimente mit flüssigem Sauerstoff und mit anderen industriellen Chemikalien war. Claude fand heraus, wie man Neon in einem geschlossenen Tubus aus Glas reinigen, und wie man die elektrische Entladung kontrollieren konnte, die man durch den Tubus leitete, um den Glüheffekt des Neons zu erreichen.

Viel von dem "Neonlicht" welches wir heute sehen, stammt allerdings nicht vom Gas Neon, sondern von anderen Edelgasen – wie Argon oder Quecksilberdampf. Aber die Erben von Georges Claude haben eine nette Erbschaft bekommen, denn Claude hat nicht nur die Extraktion von Neon patentieren lassen, sondern auch das Design der Elektroden.

Der stramme Monarchist G. Claude kollaborierte offen mit den deutschen Besatzern während der Eroberung Frankreichs durch die Nazis. Er wurde von den alliierten Truppen bei der Befreiung Frankreichs verhaftet und 1945 zu lebenslänglicher Haft verurteilt. Doch im Jahre 1950 kam er frei – bedingt durch seine Forschung der thermischen Energie der Ozeane. Er starb 1960.

Werbung mit Licht

Heutzutage sieht man sie eher selten – dabei waren Leuchtröhren vor 100 Jahren das Paradebeispiel für Außenwerbung. Wer heutzutage eine Neonwerbung entdeckt, wird unweigerlich an die alten Zeiten erinnert. Doch das ist nur die halbe Wahrheit der leuchtenden Stimmungsmacher.

Die Neonwerbung begann 1912 in Paris. Damals, gerade vierzehn Jahre nach der Entdeckung des Edelgases Neon durch zwei englische Chemiker, verkauften **Georges Claude** und **Jacques Fonseque** ein als Neonschrift geformtes Werbezeichen für einen Friseurladen. Sie erkannten als erste das Potential, welches das Neonlicht der aufstrebenden Werbeindustrie bot.

Die ersten Röhren wurden um 1909 vom französischen Physiker Georges Claude entwickelt. Schon 1912 leuchtete die erste Neonröhre in Paris – „Palais coiffeur“ – in flammendem Rot. 1915 erhielt Claude das US-Patent für seine Erfindung.

Mit Hilfe der flexiblen und dünnen Glasröhren liessen sich abstrakte Dekorationen, Buchstaben und gegenständliche Motive in nahezu unbegrenztem farbigen Reichtum herstellen.

Obwohl die ersten Neondekorationen in Frankreich entstanden, begann ihr Siegeszug in den Vereinigten Staaten, wo 1923 die ersten Werbungen in Los Angeles auftauchten. Die Neonwerbung wurde

das leuchtende Symbol des amerikanischen Aufstiegs zur führenden Wirtschafts- und Handelsmacht. Sie erschien als der Ausdruck einer modernen, dynamischen Industriegesellschaft.

Mit den riesigen, in wechselnden Farben erstrahlenden Neondekorationen verwandelten sich die Innenstädte in kommerzielle Werbeflächen. Unsere Vorstellung vom „american way of life“ wird wesentlich von dem Bild des in Neon erleuchteten New Yorker *Times Square* und dem Lichterglanz von *Las Vegas* mitbestimmt.

Während Ende der 1920er Jahre die Weltwirtschaftskrise zu keinem Rückgang der Neonwerbung führte, begann sich nach dem zweiten Weltkrieg mit der Konkurrenz neuer Werbemedien ihr allmählicher Niedergang anzukündigen. Mit der Einführung der beleuchteten Plexiglaskästen, die im Siebdruckverfahren bedruckt wurden, erhielten die Innenstädte nach und nach ein neues, den veränderten Zeiten angepasstes modernes Design.



Neben ihnen erschienen die Neonwerbungen nun als Symbol einer vergangenen Epoche, eines amerikanischen „Art Déco“ der 1930er Jahre. Man begegnete Neondekorationen vor allem in billigen Lokalen und als Werbung für heruntergekommene Hotels. Leuchtreklamen wurden mithilfe von hinterleuchteten Glasflächen hergestellt und die Neonröhre wurde immer mehr zu einem Symbol für zwielichtige Gegenden, wie Motels, Bars und andere Absteigen. Doch genau diese doppeldeutigen Charakteristiken machen den Charme der Neonröhre aus. Erst das Design der 80er Jahre entdeckte das Neon neu und setzte es zur architektonischen Gestaltung fashionabler Bars, Boutiquen und Diskotheken ein.

In dem Masse in dem das kommerzielle Interesse am Neon zurückging, begannen die bildenden Künstler sich für dieses Medium zu interessieren.

Gebogene Leuchtröhren

Eine Neon-Leuchtreklame wird von spezialisierten Schildermachern hergestellt. Leuchtreklamen bestehen meist aus einem transluzenten Schild, hinter dem eine Lichtquelle (meist Leuchtstofflampen, Leuchtröhren, auch Leuchtdioden und Leuchtfolien) angebracht ist. Besonders bei großflächigen Anlagen oder Profilbuchstaben mit überdimensionalen Ausmaßen wird die Ausleuchtung durch Leuchtröhrentechnik nicht mehr praktiziert, da die Leuchtkraft von LED-Lösungen besser ist und die Unterhaltskosten geringer sind.

Für das abdeckende halbtransparente Material wird oft Acrylglas verwendet, das opak in verschiedenen Farben erhältlich ist. Plexiglas ist bedingt wetter- und ultraviolett- bzw. tageslichtfest und kann sehr gut mit Lasern zu Konturen geschnitten werden. Neuerdings werden viele Anlagen mittels ESG-Glas ausgeführt, wobei die Gläser rundum auf die Grundrahmen geklebt werden, um so den Innenraum insektenfrei zu halten.

Auch Leuchtdioden oder Glühlampen können zur Darstellung eines Schriftzuges verwendet werden. Mit Leuchtdioden (früher auch mit Glühlampen) wurden Laufschriften oder sogar große Displays hergestellt, die bewegte farbige Bilder darstellen können. Leuchtreklamen werden meist auf Gebäuden befestigt, gelegentlich werden auch

separate Reklametürme errichtet. Bei diesen werden auch nichtleuchtende Schilder, die von Scheinwerfern angestrahlt werden, verwendet.

Lichtspiele

Leuchtreklamen können sowohl mit konstanter als auch mit wechselnder Beleuchtung betrieben werden, wobei Lichtspiele möglich wurden. Diese spielen vor allem bei Betrieben eine Rolle, die während der Nachtzeit ihren Hauptumsatz machen, wie Spielhallen, Nachtlokale und Diskotheken.

LED ist energieeffizient und langlebig

Wer mit einer auffälligen Werbung auf sein Unternehmen aufmerksam machen wollte, der setzte viele Jahre auf Neonschilder. In hellen Farben erleuchteten diese Neon-Schilder die Städte. Doch die Zeiten änderten sich – neue Techniken/Innovationen drangen auf den Markt. So wurde die Rücksichtnahme auf Umweltaspekte und ein möglichst effizienter Stromverbrauch auch in der Werbetechnik zu einem wichtigen Thema.

Neon wird deshalb immer mehr von der LED-Technik abgelöst. Die Ausleuchtung von Werbeträgern durch LED erlaubt einen geringeren Stromverbrauch als die bisher üblichen Neontechniken und eröffnet dabei neue Gestaltungsfreiheiten. Dank LED können auch kleinste Buchstaben illuminiert werden. Außerdem kann man eine LED-Leuchtreklame nach Bedarf dimmen oder ihre Leuchtkraft erhöhen.



Vor 110 Jahren erfand der französische Chemiker und Physiker Georges Claude die mit Neongas gefüllte Röhre und stellte diese später auf der Pariser Weltausstellung vor. 1923 verkaufte er an die US-amerikanische Firma Packard die beiden ersten Neonzeichen mit dem Firmennamen und gut 20 Jahre später benutzte der erste Künstler Neon: 1946 begann der in Buenos Aires lebende Kroatier Gyula Kosice seine „Madi“-Serie – geradlinige abstrakte Kompositionen aus dünnen hellblauen Neonröhren.

Geschichte der Leuchtreklame

Die Lichtwerbung existiert schon lange. Die erste Erwähnung gab es zu Beginn des 19. Jahrhunderts in den USA. So wurde dort nach der Erfindung der Glühbirne mit elektrischen Lichtzeichen Werbung hergestellt. Die erste beleuchtete Werbeanlage wurde 1882 auf der *Crystal Palace Electrical Exhibition* in London vorgestellt.

Die Anfänge der Leuchtwerbung in Deutschland prägten zwei besondere Unternehmen. *Malton-Wein* installierte die erste Werbeanlage mit Licht in Deutschland am Berliner Spittelmarkt im Jahre 1896. Die Zigarettenmarke *Manoli* folgte mit einer beeindruckenden Werbeanlage, die den Betrachter durch eine Lichtkonstruktion mit Glühlampen ein sich drehendes Rad vorgaukelte. Bekannt ist außerdem die erste Leuchtreklame der Keksfirma *Leibnitz*, die 1998 am Potsdamer Platz in Berlin aufgestellt wurde.

Die Erfindung der Neonröhre 1910 durch Georges Claude sollte die Verwendung von Glühlampen in der Leuchtwerbung ablösen. Im Verlauf des Ersten Weltkrieges wurden Lichtwerbeanlagen verboten und auch in der Nachkriegszeit hatte die Branche mit der schlechten wirtschaftlichen Lage zu kämpfen.

Dafür entstand in den goldenen Zwanzigern ein Boom – Leuchtschilder sämtlicher Formen und Grö-



Die Metropole glänzt - eine Orgie der Reklame. Times Square in New York City, im Jahr 1939.

ßen prägten das Bild in jeder größeren Stadt. Im Dritten Reich ergriffen die Nationalsozialisten unter anderem auch die Kontrolle über die komplette Werbeindustrie.

Die Lichtwerbung hatte nach der Krise in der Weltwirtschaft eine große Bedeutung in Deutschland, da sie für wirtschaftlichen Wachstum stand. Geschäfte wurden vermehrt aufgefordert, beleuchtete Werbeanlagen zu installieren. Im Zuge der Verdunkelungsmaßnahmen zum Ausbruch des zweiten Weltkrieges verschwand die Leuchtreklamen jedoch wieder aus den Städten und wurden ab 1942 verboten.

Durchbruch der Neonröhre

In der DDR und der Bundesrepublik entwickelte sich die Lichtwerbung recht unterschiedlich. Mit dem Wirtschaftswunder in den 50er Jahren im We-

sten Deutschlands erlebte die Leuchtreklame wieder einen Aufschwung und zierte die Fassaden und die Eingänge von Geschäften, Restaurants und Kinos. Bunte Schriften, mit Neonlicht hergestellt, wurden überall eingesetzt.

In der DDR hingegen waren Lichtanlagen zu Beginn nicht gestattet und wurden lediglich für militärische Einrichtungen verwendet. Erst ab 1953, als die Volkswirtschaft optimiert wurde, zog die Lichtwerbung wieder in die Innenstädte zurück.

In den 60er und 70er Jahren wurden die Neonröhren zunehmend von hinterbeleuchteten Acrylkästen ersetzt. Im Zuge der Globalisierung entwickelt sich die Branche technisch weiter und wurde von Massenproduktionen und Vereinheitlichung geprägt. Aber auch neue Herstellungsverfahren und Innovationen trugen zur Branche bei.

Made in Germany



HAUPTBAHNHOF





Köln



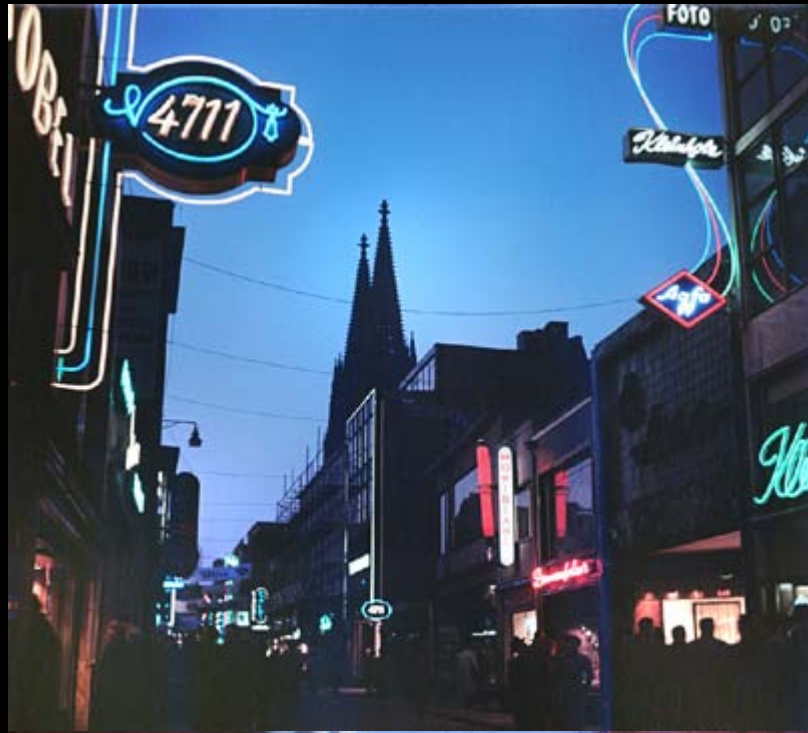
ECHT KÖLNISCH WASSE

KÖLN HBF

In der Dunkelheit der Nacht entfaltet sich die ganze Magie einer Leuchtreklame. Werbung der Marke 4711 – „Echt Kölnisch Wasser“ - am Kölner Hauptbahnhof.

Als bedeutende Medienstadt in Deutschland hat Köln bald nach Kriegsende angefangen, die Stadt mit Neonreklame zu dekorieren.

Daran war natürlich auch die bekannte Marke 4711 beteiligt...



Die Reissdorf-Reklame

Mehrere Generationen von Kölnern kennen die Leucht-Figur von Reissdorf am Rudolfplatz. Kein Wunder, denn sie ist seit Ewigkeiten an einer Hauswand hier angebracht.

Abwechselnd erscheinen in den Abendstunden ein Mann und eine Frau („Er trinkt“, „Sie trinkt“), die seit 1968 Reissdorf-Bier in sich reinschütten – und trotzdem noch stehen können und scheinbar niemals besoffen werden.

Die Reklame wurde bereits vor einigen Jahren von der Stadt Köln unter Denkmalschutz gestellt und ist im Jahr 2022 seit 54 Jahren an diesem Standort zu sehen. Es lohnt sich, die beiden Figuren genau anzuschauen: Er trägt eine Fliege und hat einen leichten Bauchansatz. Er trinkt mit geschlossenen Augen und lacht dabei. Bei ihr dagegen sind Stöckelschuhe und eine Locke zu sehen.

Die Reklame ist recht wartungsintensiv. Jedes Jahr müssen die 160 Neonröhren, die sich über drei Stockwerke erstrecken, geprüft und gegebenenfalls auch ausgetauscht werden. Die Gläser werden extra geblasen; die Teile kommen also nicht aus der Massenproduktion.

Der Charme der Figur, die sich immer und immer wieder mit Kölsch füllt, ist allerdings für viele Kölner auch mit netten Erinnerungen verbunden. Etwa, wenn man sich abends getroffen hat, um in die Stadt loszuziehen...





Werbung mit Neonfiguren fand überall statt – so auch in der DDR. Diese Leuchtreklame für das VEB Feinkost Leipzig ist die 1973 in Leipzig gebaute „Löffelfamilie“. Sie wurde 1993 durch den Freistaat Sachsen zum Kulturdenkmal erklärt und wird nun durch eine Bürgerinitiative seit 1996 („Löffelfamilie e.V.“) erhalten und betrieben.



Getränke



Milch



Finisch

Elegante, im Kalligrafiestil gestaltete Neonbuchstaben aus Leipzig.

Berlin

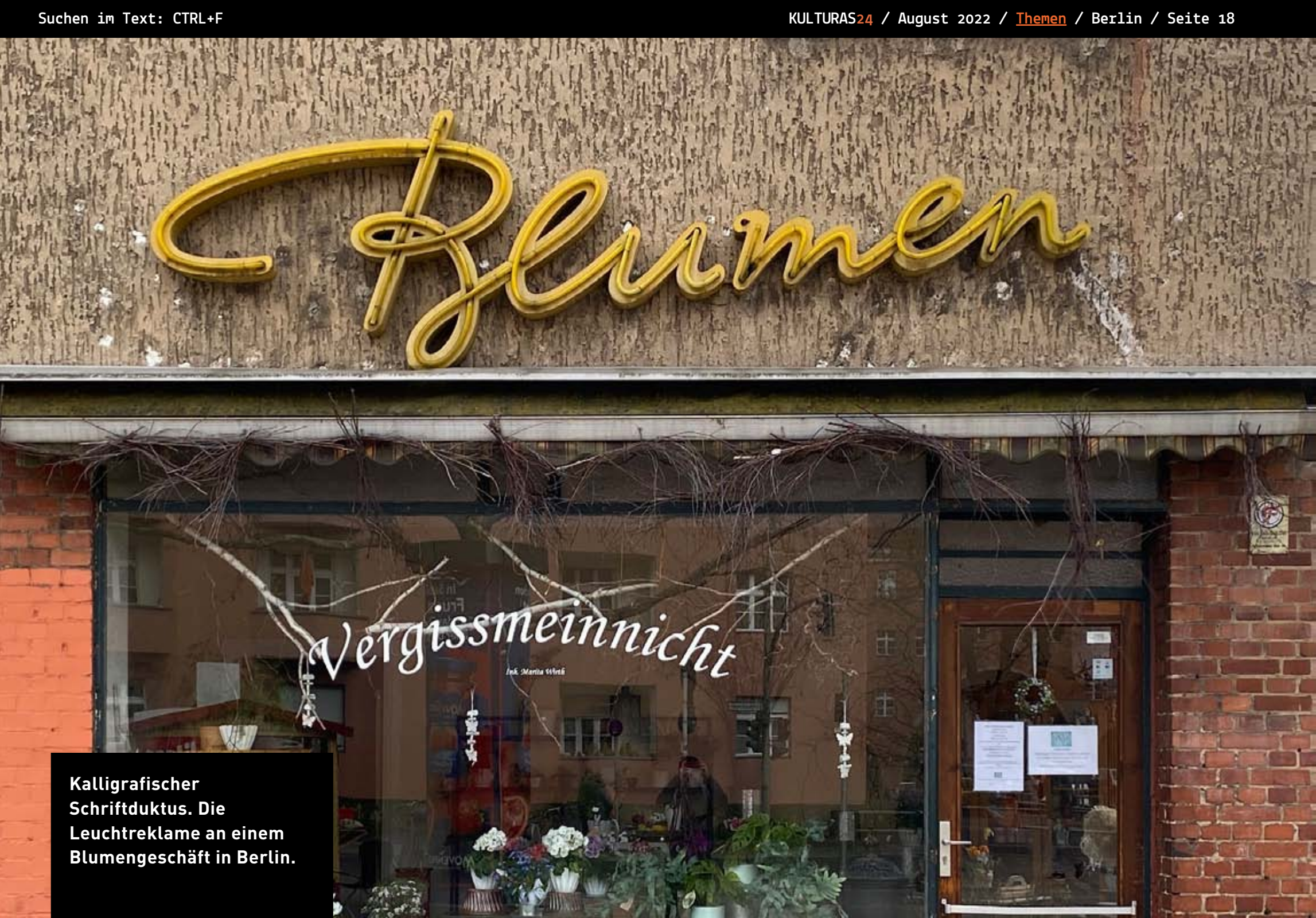
**Kalligrafischer Schriftduktus.
Die Leuchtreklame an der
Fassade des Modehauses Elfis,
in Berlin Steglitz.**



Blumen

Vergissmeinnicht

Kalligrafischer
Schriftduktus. Die
Leuchtreklame an einem
Blumengeschäft in Berlin.





Die Leuchtreklame an einem Frisiergeschäft in Berlin.



Kalligrafischer
Schriftduktus. Die
Leuchtreklame an einem
Metzgerladen in Berlin.

Das Buchstabenmuseum in Berlin

Das Buchstabenmuseum sammelt, bewahrt und dokumentiert die Zeichen vergangener Epochen. Es ist ein Ort der Erinnerung, aber auch der Impulse für aktuelle Diskussionen. Es bietet Anknüpfungspunkte für die Auseinandersetzung mit Handel, Werbung und Stadtgeschichte, mit Sprache und Schrift, Typografie, mit Design und Handwerk.

Ein großer Teil der Arbeit ist die Dokumentation; man bemüht sich, zu jedem Schriftzug, jedem Logo und jedem Buchstaben dessen Entstehungsgeschichte zu erforschen. Wer hat daran mitgearbeitet, wie wurde das jeweilige Stück entworfen und gefertigt? Auch erfährt man Überraschendes und Interessantes über gestalterische Berufe.

Basis für den Fundus des Buchstabenmuseums war die private Sammlung von Barbara Dechant, Gestalterin aus Wien. Hunderte von Buchstaben konnten sie und ihre Gleichgesinnten bereits vor der Verschrottung, dem Verschwinden, dem Verwerten als Dekorationsobjekte retten und im Buchstabenmuseum bergen. Nun macht das Museum diesen kostbaren Schatz der Öffentlichkeit zugänglich.



Das Lager des Berliner Buchstabenmuseums umfasst aktuell über 2.000 Objekte. Sie werden zum Teil für Veranstaltungen oder Foto-Shootings ausgeliehen, und sie stellen auch ihre Räume zur Verfügung. In den aktuellen Ausstellungen findet man Zeugnisse berühmter Berliner Unternehmen und Orte: vom U-Bahnhof Hansaplatz, Eternit, das Möbelhaus Kern und die Zierfische vom Frankfurter Tor.

Sie lieben Buchstaben, Stadtgeschichte, urbane Kultur? Dann unterstützen Sie die Arbeit des Buchstabenmuseums. Als gemeinnütziger Verein freut man sich über neue Mitglieder und Spenden in jeder Höhe.

Mehr auf der Website www.buchstabenmuseum.de





Die Neonreklame der Milchbar Pinguin in Leipzig. Seit den 80er Jahren einer der beliebtesten Orte für Eishungrige - die Milchbar in der Katharinenstraße.

Im Inneren des
Warschauer Neon
Museum.

RESTAURACJA
AMBASADOR



#neonmuzeum



SA
AKAD PRZEMYSŁI

Warschau

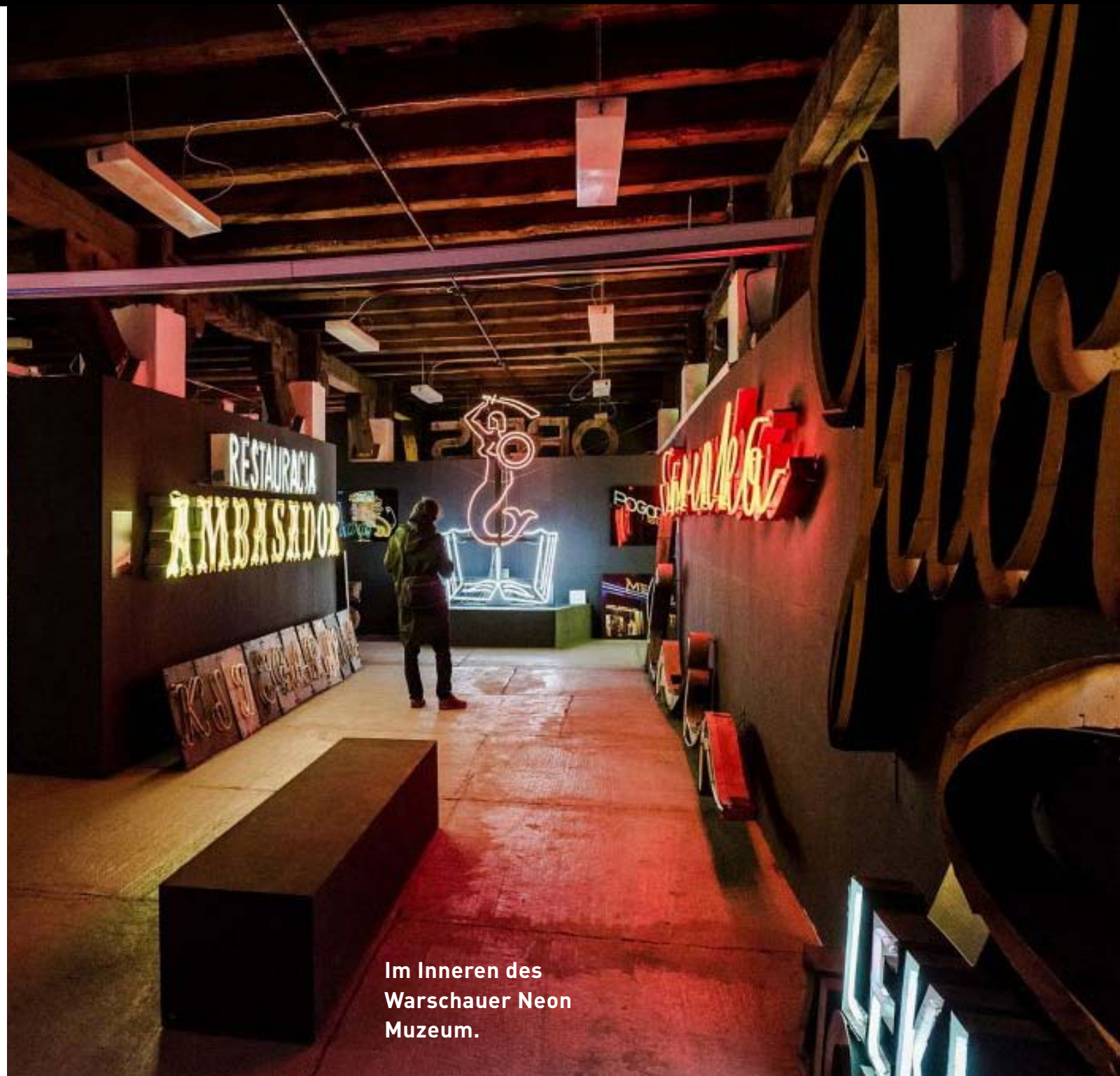
Das Neon Museum in Warschau

Seit 2012 existiert in Warschau ein Museum für Leuchtreklame; es wird von Ilona Karwińska und David Hill geleitet. Sie finden es online bei www.neonmuzeum.org

Das polnische *Muzeum Neonów* liegt in Warschau Praga-Południe. Diese Institution dokumentiert und schützt Lichtwerbung aus Polen und aus dem Ostblock, welche nach dem II. Weltkrieg kreiert wurde.

Das Museum liegt in Mińska 25, in der *Soho Factory*. Die Geschichte dieses Museums begann 2005, als Ilona Karwińska den Neonschriftzug „Berlin“ aus der Marszałkowska Straße rettete. Die Sammlung des Museums integriert jetzt über 100 Neon Signs, die meisten stammen aus den 1960ern und 1970ern und stammen aus Poland.

Das Museum pflegt diverse Neonzeichen aus Warschau, so z.B. die Meeresjungfrau aus der Grójecka Straße. Eine dunkle Fabrikhalle, etwa ein halbes Fußballfeld groß, ist immer schön warm – Wärme, welche die Neonleuchtschriften abgeben,



Im Inneren des Warschauer Neon Muzeum.

die hier auf Stellwänden ausgestellt sind, und die in weiß, grün, rot oder auch bunt gemischt leuchten und das Dunkel der Halle erhellen: „Kino Helios“, „Warszawa“, oder auch die polnische Version von Hänsel und Gretel, „Jaś i Małgosia“, so hieß ein Café, dessen Schriftzug einst kunstvoll verschlungen an einer Straße glomm.

Jetzt hängt er mit vielen anderen, manche bis fünf Meter lang, viele fast mannshoch, dicht an dicht zum Greifen nahe: Ein Neonmuseum braucht Raum.

Unter all den hippen Läden und schicken Restaurants, die in der *Soho-Factory* untergekommen sind, einem Ensemble ausgedienter Backstein-Industriebauten im Osten Warschaus, bildet das neue Neon-Museum das Tüpfelchen auf dem i, auch als Tipp für Touristen. Museumsmann Witold Urbanowicz: „Irgendwie geraten wir in die Reiseblogs und scheinen eine ungewöhnliche Institution zu sein, denn die Informationen verbreiten sich und zu uns kommen Besucher aus den verschiedensten Weltgegenden.“

Tatsächlich lädt die Schau historischer Leuchtschriften ein, den Blick auf eine Zeit zu lenken, als Reklame noch als Kunst galt. Es sind Unikate, handgefertigt und anders als heutige Plakatwerbung, die sich ständig erneuert, für eine kleine Ewigkeit geschaffen, stilprägend wie die leuchtende Sirene, die Warschauer Seejungfrau, die über einem Buch thronte als weithin sichtbares Symbol öffentlicher Bibliotheken: wie grau wirken die Buchverleihe heute ohne sie. Das Warschauer Museum finden Sie online in www.neonmuzeum.org



Der nostalgische Schriftzug „Berlin“ im Neon-Museum Warschau. Foto: Czarek Sokolowski. Diese Reklame war die Initialzündung für das Warschauer Neonmuseum. Seit 1975 hing es an einer Hauptschlagader Warschaus, der Marszałkowska-Straße, über dem Eingang eines monumentalen Gebäudes im Stil des sozialistischen Realismus, eingerahmt von in Stein gehauenen Arbeiterfiguren. Erst Textil-, dann Souvenirgeschäft, gab es im „Berlin“ am Ende Haushaltswaren, nur der Name blieb, und das rote Schild über dem Eingang. Vor 15 Jahren besuchte die nach London ausgewanderte

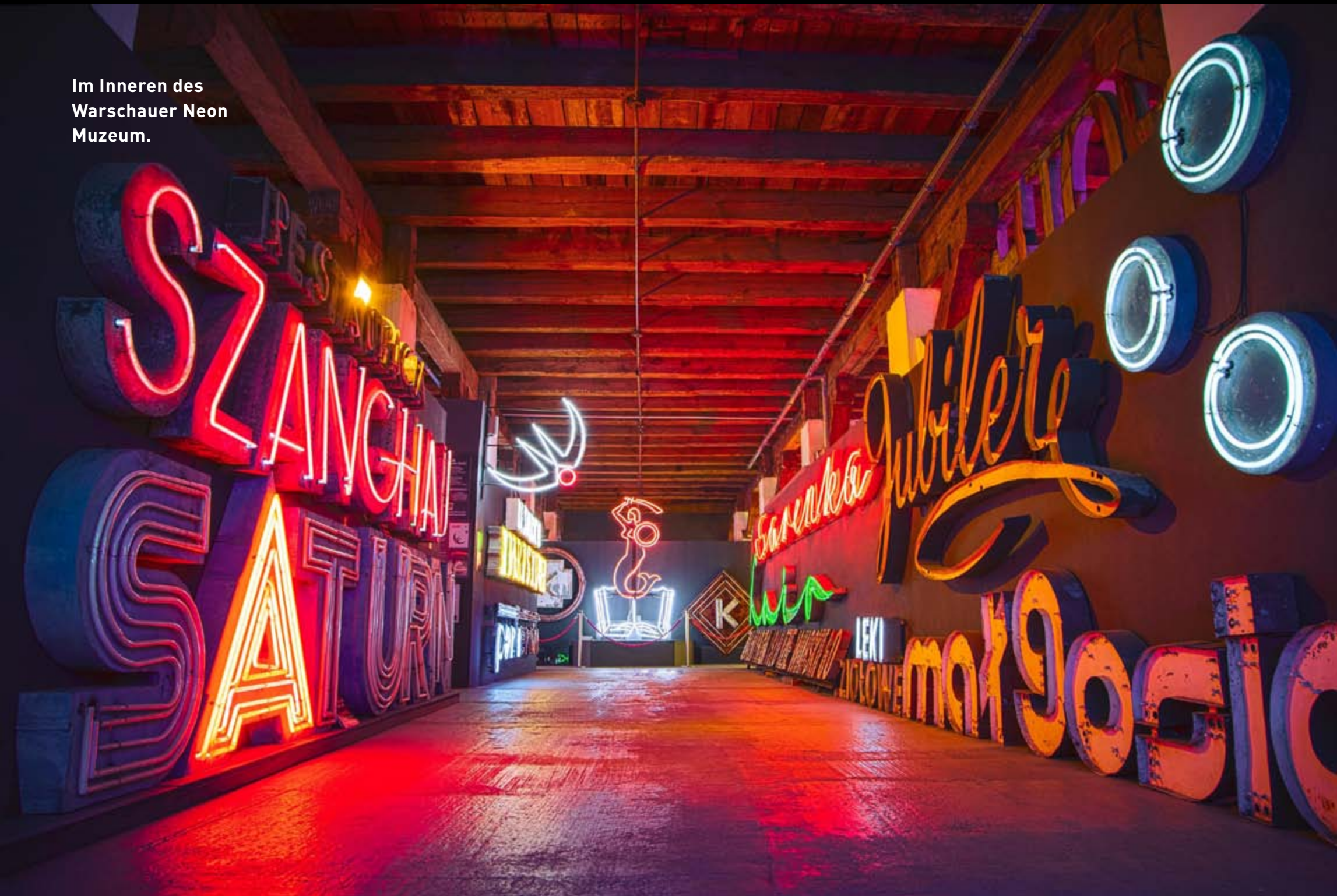
Künstlerin Ilona Karwinska mit ihrem Bekannten aus England ihr Heimatland. Der begeisterte sich für die Leuchtreklame, die es damals in Polen noch immer gab. Für ein Fotoprojekt wollten sie auch die neon-rote Berlin-Schrift verwenden. Es erwies sich, daß das Neon nicht mehr gab, obwohl es noch vor ein paar Wochen leuchtete. Der Besitzer meinte, die Schrift sei alt, verdreckt mit Taubenmist, man müsse sie wegschmeißen. Ilona hat „Berlin“ gerettet, und das war der Beginn der Kollektion. Nach und nach kamen weitere Neonschriften dazu, und es war an der Zeit, sie an einem Ort zu zeigen...

Ein gestieflter Kater
im Warschauer Neon
Museum.



PROJE
Warszawa 2011
SADUŁA BIAŁO
OBUV

Im Inneren des
Warschauer Neon
Museum.



In Helsinki, wie in allen anderen europäischen Großstädten, wurden Neon-Leuchttafeln benutzt. Hier die Neonbuchstaben der Sparbank Säästöpankki.



Made in USA

Eine Glitter Girl im Neon
Sign von der Fremont Street
Experience, in Las Vegas,
Nevada. Foto: Carol M.
Highsmith. LOC.





Las Vegas

Viva Las Vegas!

Neon sign im Horseshoe
Casino, Las Vegas, Nevada,
USA. Foto: Carol M.
Highsmith, 2008. LOC.



„Welcome to Fabulous Las Vegas“ ist eine Neontafel, welche im Jahre 1959 hergestellt wurde. Es begrüßt die Gäste von „Sin City“.

Dieses Neonwerbeschild wurde von der Designerin Betty Willis *(s. Seite 33)* entworfen, es wurde ihre „signature piece“. Sie wurde angesprochen vom Geschäftsmann Ted Rogich, der in Verbindung mit Beamten von Clark County stand. Man wollte ein Zeichen, welches an der Highway platziert, die Gäste von Las Vegas willkommen heißen sollte....

Betty Jane Willis

Betty Willis (1923 – 2015) war die US-amerikanische Künstlerin und Grafik-Designerin, welche die Autorin des Schildes *Welcome to Fabulous Las Vegas* ist. Sie hat außerdem Einiges von Las Vegas visuellem Image mitgeprägt.

Betty Willis wuchs in Las Vegas auf, wo sie auch zur Schule ging. 1942 begann sie in der Kunstschule zu studieren. Zunächst arbeitete Betty als *commercial artist*; sie begann ihre Karriere bei *YESCO*, ein Unternehmen für Werbeschilder, und bei *Fox West Coast Theaters*. Danach entwarf sie Neonwerbeschilder für *Western Neon*.

Betty war die einzige weibliche Künstlerin bei ihrem ersten Job bei *YESCO*, denn das Herstellen von Neonwerbezeichen war traditionell ein Beruf für Männer. Bevor sie Neonschilder entwarf, hat sie Anzeigen für Zeitungen gestaltet.

Willis entwarf viele Neonschilder für Motels – z.B. für das *Moulin Rouge Hotel*, das *Blue Angel Motel*, die *Blue Heaven Bar*, und das *Del Mar Motel*. Ihre Designs werden als „mid-century



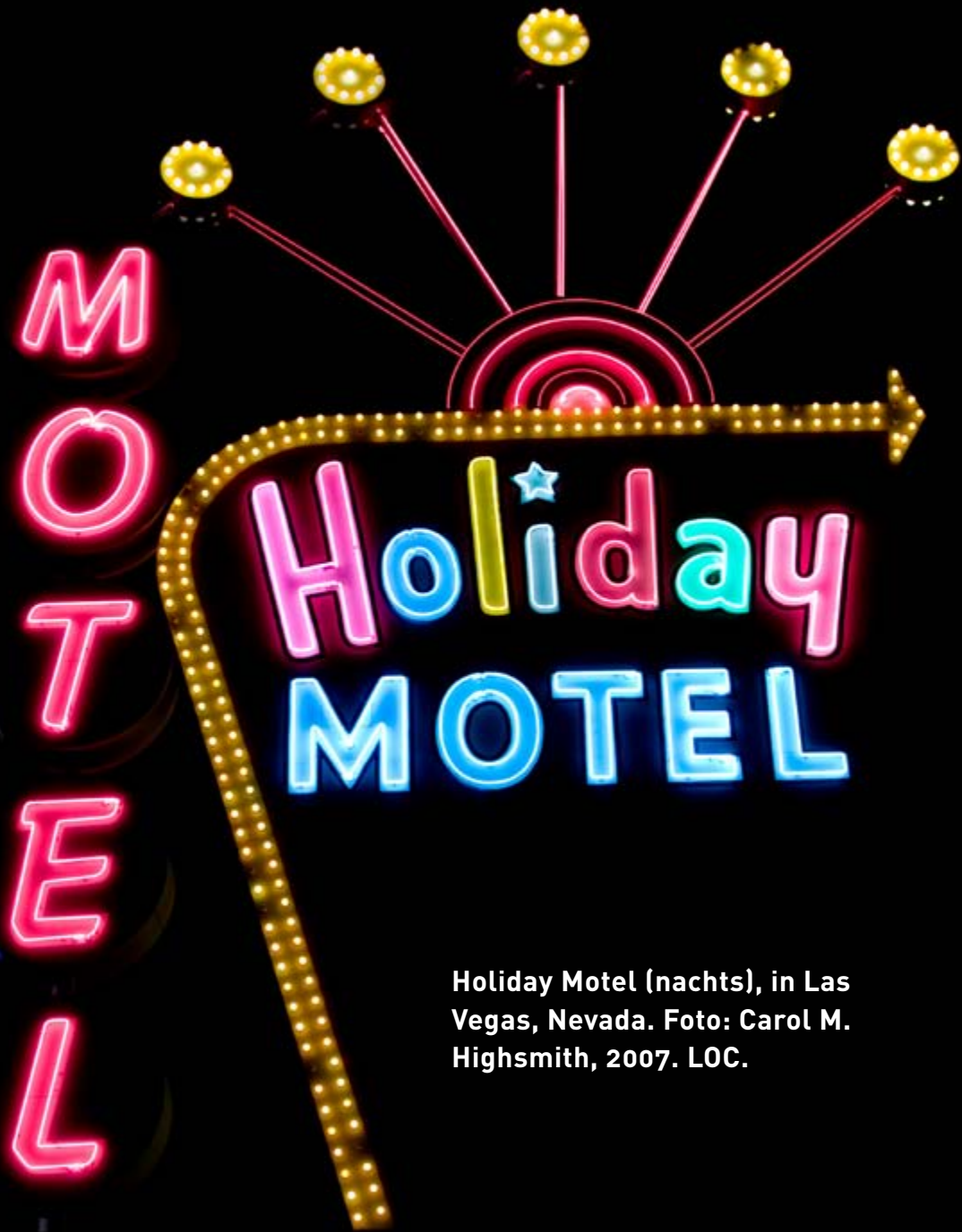
modernist“ und als Beispiele von „Google-Architektur“ bezeichnet.

Ihre Lettern hat Betty Willis von Hand gezeichnet; die Zeichen, welche sie für das *Moulin Rouge Hotel* entwarf, waren ihre eigene Handschrift, die sie vom französischen Lettering übernahm, das sie studiert hatte. In ihrem Design für das *Del Mar Hotel*, wollte sie daß eine Sektion der Neons aus verschiedenen Blickwinkel betrachtet werden konnte.

Das Schild *Welcome to Fabulous Las Vegas*

Nachdem Betty Willis Zeichen in der Umgebung von Las Vegas und in Süd-Kalifornien studiert hatte, kreierte sie 1959 ein Design, welches anders als die anderen zeitgenössischen aussah. Es hatte eine Diamantenform, was ziemlich ungewöhnlich für damalige Zeichen war, und auch blitzende Lichter, welche eine Bewegung suggerierten. Das Wort „Welcome“ wurde mit Silver Dollars hergestellt – eine Anspielung an die Bezeichnung von Nevada als *Silver State*.

Auf der Rückseite des Schildes liest man „Drive Carefully and Come Back Soon“. Betty Willis hat ihr Design nie angemeldet oder patentiert, sie meinte: „It’s my gift to the city.“ Das Zeichen wurde eine Ikone von Las Vegas. Betty starb im Alter von 91 Jahren, in Nevada.



Holiday Motel (nachts), in Las Vegas, Nevada. Foto: Carol M. Highsmith, 2007. LOC.



Holiday Motel (tagsüber) in Las Vegas, USA. Foto: Carol M. Highsmith, 2007. LOC.

Die Firma YESCO

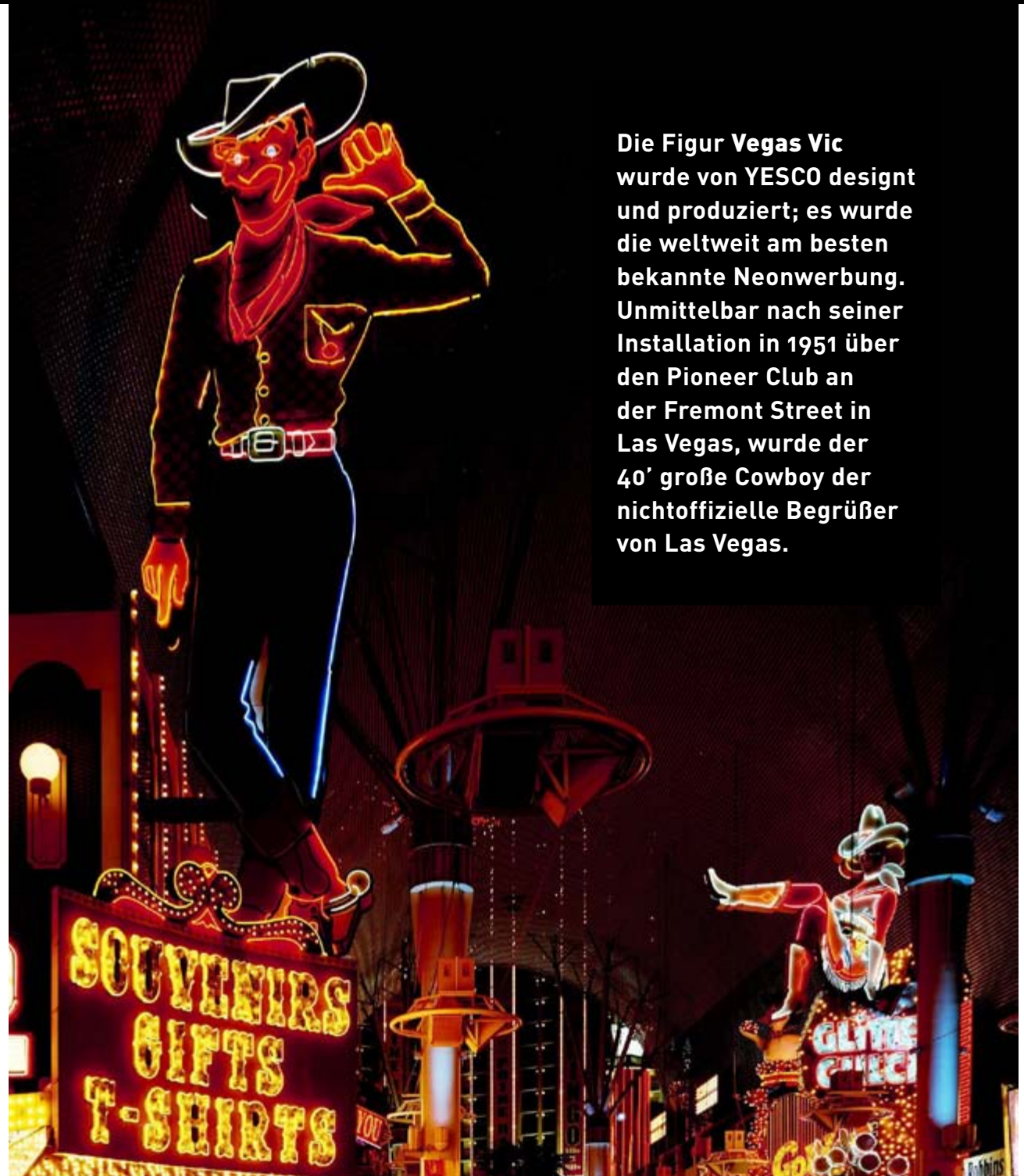
Im Jahr 1920 gründete Thomas Young Senior die *Thomas Young Sign Company* in Salt Lake City. Es firmierte bald als YESCO - Young Electric Sign Company - und wurde die größte Firma im Neon Sign Business.

YESCO stellt alle Dienstleistungen für Neonwerbung zur Verfügung: Konzeption/Design, Herstellung, Installation und Wartung der Anlagen. Etliche markante Projekte wurden von YESCO betreut, so z.B. das *NBC Experience Globe* in New York City, das historische *El Capitan Theatre* und das *Wax Museum* in Hollywood und der *Reno Arch*. In Las Vegas produzierte YESCO den *Vegas Vic*, die *Fremont Street Experience*, den *Astrolabe* im *The Venetian*, das Neonzeichen für das *Wynn Las Vegas Resort* und die Werbung für das *Aria Resort & Casino*.

Thomas Young wurde in Sunderland, Großbritannien, in 1895 geboren. Er begann mit Marmorplatten für Begräbnisse, goldene Buchstaben für Schaufenster, beleuchtete Schilder und handgemalte Werbung. Die goldene Buchstaben für Schaufenster (*gold leaf window lettering*) machte er bei der *Electric Service Company* und der *Redfield-King Sign Company* in Ogden, Utah. Im Jahr 1920 gründet er seine eigene Firma, die *Thomas Young Sign Company*.

Im Jahr 1932 expandierte Young nach Las Vegas; nach zwei Jahren kaufte er die *Ogden Armory* für \$ 12,000 auf. Eine weitere Filiale, in Salt Lake City, folgte dann.

In 1933 eröffnete die YESCO eine Filiale im *Apache Hotel* in Las Vegas. Das erste Neonschild in Las Vegas wurde,



Die Figur Vegas Vic wurde von YESCO designt und produziert; es wurde die weltweit am besten bekannte Neonwerbung. Unmittelbar nach seiner Installation in 1951 über den Pioneer Club an der Fremont Street in Las Vegas, wurde der 40' große Cowboy der nichtoffizielle Begrüßer von Las Vegas.

in den späten 1930ern, für den *Boulder Club* hergestellt. YESCO wurde bald als Leader in der noch jungen Industrie der Neonwerbung anerkannt.

YESCO beschäftigt heute circa 1.000 Angestellte, betreibt 40 Büros und drei Fabriken mit automatisiertem Equipment. In 2015 hat die Young Electric Sign Company die YESCO Electronics an Samsung Electronics of America verkauft.

Die NBC Experience Store Globe

NBC startete ins neue Millennium mit einem neuen „message globe“ von YESCO, welches am Rockefeller Center in New York City stand. Dieses elektronische Schild galt bald als „one of the most distinctive electronic displays in the world“. Als es erstmalig eingeschaltet wurde, kam der Verkehrsfluß auf der West 49th Street buchstäblich zum Stillstand...

Das Welcome to Fabulous Las Vegas Schild

YESCO besitzt das Schild *Welcome to Fabulous Las Vegas*. Young wurde zum Präsidenten der National Sign Association im Jahre 1936 ernannt. Er blieb für zwei Perioden in diesem Amt. 1969 übergab Young die Leitung seiner Firma seinem Sohn, der nun als Chairman of the board amtiert. Die Gesellschaft wird nun von der dritten und der vierten Generation der Familie Young geleitet.

Designer

Einige der Designer von YESCO sind folgende:
Charles Barnard - Designer vom *Vegas Vickie*.



Vegas Neon sign, Freemont Street, Las Vegas, Nevada, USA. Foto: Carol M. Highsmith, 2009. LOC.

Rudy Crisostomo - Designer von *Rio's column*
Dan Edwards - Designer von Lucky the Clown
von *Circus Circus*.

Jack Larsen Sr - Designer des *Silver Slipper*
Kermit Wayne - Designer vom *Stardust-Lettering*

Pat Denner - Designer vom *Vegas Vic* und von
Wendover Will.

Jim Geitzen - Designer vom *Aria Resort and Casino*
und vom *The Linq*.

Sie finden YESCO online auf www.yesco.com

**Aladins Lampe, von der ersten Version des
Aladdin Casino - ein Projekt von YESCO.
Neon Art in Las Vegas, Nevada. Foto: Carol M.
Highsmith, 2008. LOC.**



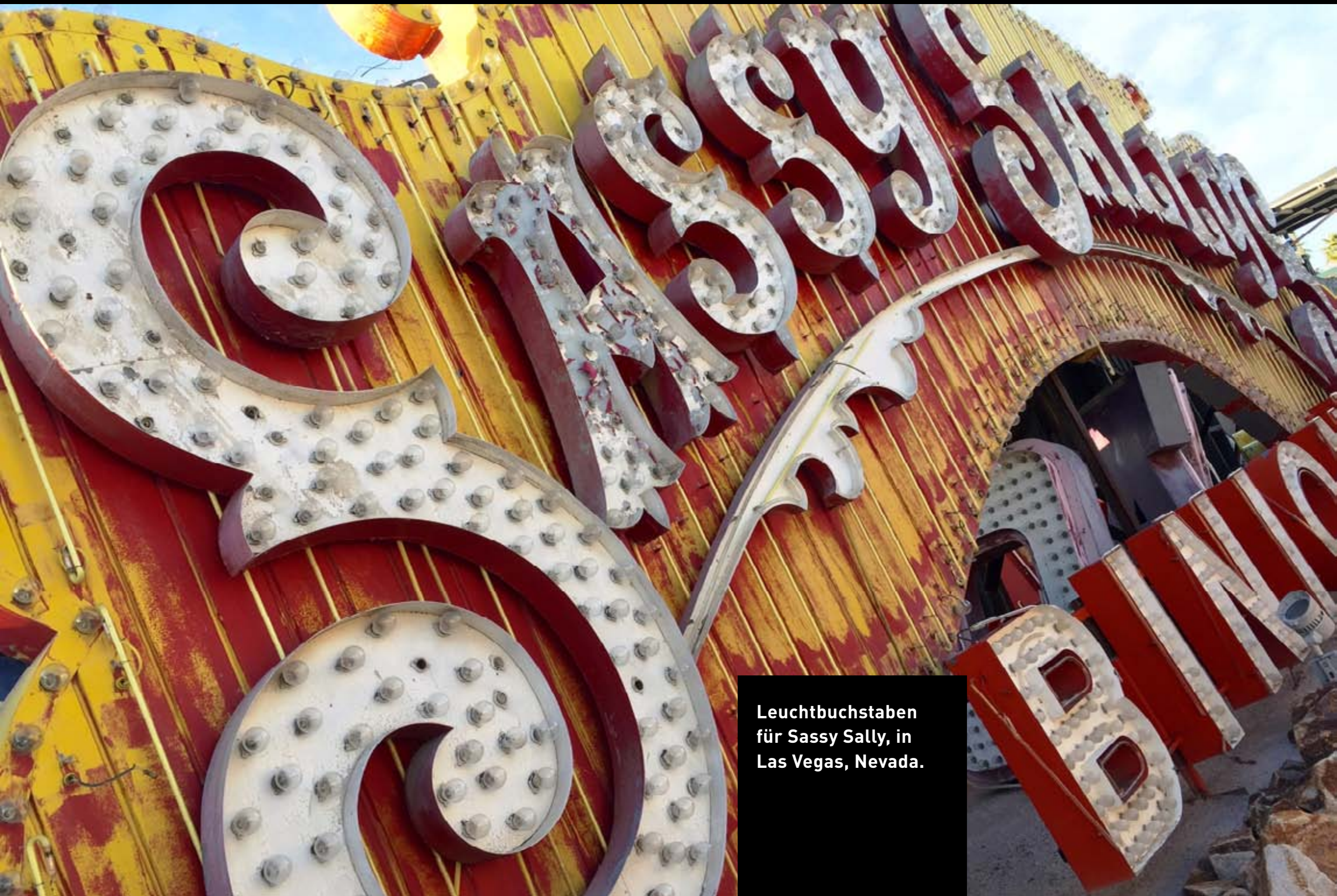
Circus Circus Hotel and Casino, in Las Vegas. Diese Neon-Werbung wurde von YESCO hergestellt; Dan Edwards war der Designer, der sie entwarf.

Foto: Carol M. Highsmith, 2008. LOC.



El Cortez Hotel Leuchtbuchstaben, auf der
Freemont Street, in Las Vegas, Nevada.
Foto: Carol M. Highsmith, LOC.

El Cortez
HOTEL
COFFEE SHOP & BAR
FREE PARKING



Leuchtbuchstaben
für Sassy Sally, in
Las Vegas, Nevada.

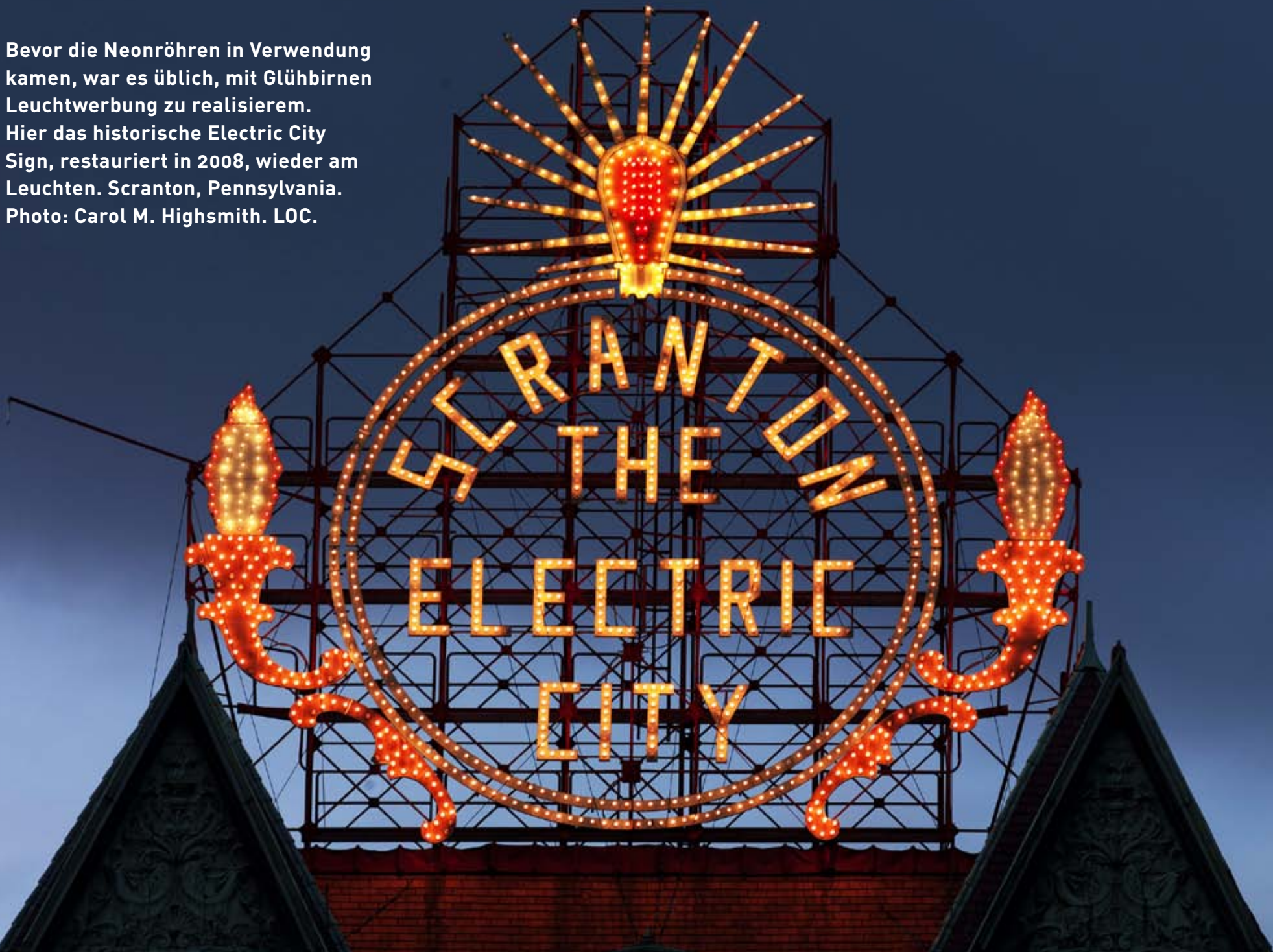


Historische Neon-Werbung für das Hotel-Casino **Moulin Rouge**, in Las Vegas. Ein Design und Lettering von der Grafik-Designerin Betty Willis (*s. Seite 33*).

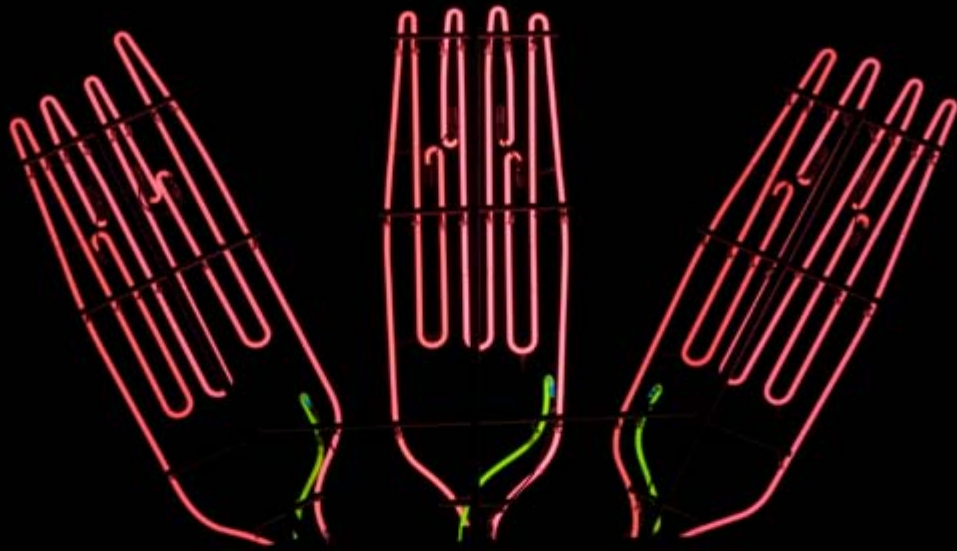
Historische Neon-Werbung für das Hotel Sahara, in Las Vegas.



Bevor die Neonröhren in Verwendung kamen, war es üblich, mit Glühbirnen Lechtwerbung zu realisieren. Hier das historische Electric City Sign, restauriert in 2008, wieder am Leuchten. Scranton, Pennsylvania. Photo: Carol M. Highsmith. LOC.



Eat!



Neon-Werbung für den **Blues City Cafe** in der Beale Street, Memphis, Tennessee. Foto: Carol M. Highsmith, 2008. LOC.

Spaghetti gab es für 40 Cent!

Ladenfassade einer italienischen Küche in New York City. 1940er Jahre. LOC.



Der Fotograf Angelo Rizzuto (1906-1967) hat den „König der Pizza“ fotografiert. Im Jahre 1957. Damals waren die Neonreklamen bereits zu einer gewöhnlichen Ausstattung vieler Geschäfte und Ladenlokale geworden.



Neonlicht wurde von Georges Claude im Jahr 1910 vorgestellt. Indem er eine starke Spannung über die Elektroden einer Glasröhre mit eingeschlossenem Gas schickte, brachte Claude die Röhre zu einer Entladung mit Lichtemission. Obwohl primitivere Formen dieser Entladung schon seit einigen Jahren bekannt waren – z.B. in Form der „Geissler Tube“ – hatte Claude ein Unternehmen für Luftverflüssigung – *Air Liquide* – gegründet und konnte damit auch industrielle Mengen von Neon als Nebenprodukt herstellen.

Sobald Claude das Marketing-Potential von Neon erkannte, eröffnete er die Firma Claude Neon. Schon 1919 verfügte die italienische Wermut-Marke Cinzano über eine Neonreklame am Eingang des Palais Garnier.

Die Goldenen Zwanziger

Im Jahre 1923 führte Claude Neonzeichen in die USA ein; sein erster Kunde war ein Autohändler der Firma Packard in Los Angeles. Dessen Neonzeichen waren so hell, daß man sie sogar tagsüber leuchten sah...

Die Neonzeichen verbreiten sich strumartig schnell und wurden so einem echten Hit in der Aus-

**Spaghetti gab es für nur 40 Cents!
Ladenfassade einer italienischen Küche in New York City. Ein Foto von 1956. LOC.**



senwerbung. Obwohl es teurer war, mit Neonlicht Leuchtreklame zu machen, versprach diese Neuigkeit seinen Anwendern einen deutlichen Wettbewerbsvorteil. Bald erschienen die fluoreszierenden Röhrenbeschichtungen; diese erlaubten es nun, bedeutend mehr Farben zu realisieren. Damals ließen sich zwei Dutzend Farboptionen verwirklichen; heute sind es über 100.

Ein verschäftes Mädchen wirbt für „fried chicken“. Das Lokal Lucy's Fried Chicken steht an der Burnet Road in Austin, Texas. Sonntags gibt es auch Brunch.



Die Bäckerei von Terry wirbt
mit zwei Bäcker,
gezeichnet im Comics-Stil.



Die Botschaft „EAT“
beim Wendell's fine-
food and drive-in
Restaurant, an der
Charlotte Avenue, in
der Nähe der Vanderbilt
University in Nashville.



Pappadeaux's fish restaurant Neon sign, Houston, Texas. Foto: Carol M. Highsmith (*1946) 1980 – 2006. LOC.



**Pops Restaurant. Auf
der Route 66. Arcadia,
Oklahoma. Foto: Carol M.
Highsmith.**





Die ehemalige White Horse Bar, ein Teil des Pawnee Hotel von 1929 (ursprünglich Yancy Hotel), in North Platte, Nebraska. LOC.



Das Memphis Music
Neon in der Beale
Street, in Memphis,
Tennessee. Foto: Carol
M. Highsmith, 2008.



Das Motiv des Indianerhäuptlings - Chief - erscheint immer wieder in Neon Signs der USA. Foto: Carol M. Highsmith, LOC.

Klassiker

Viele Logos von großen Unternehmen avancierten zu Klassiker der Werbeindustrie. Der rote Stern von Texaco ist sicherlich eines von den Zeichen, dessen Wiederholung über die ganze USA für eine bleibende Erinnerung sorgte...





Werbeschild für die
Eiscreme von Howard
Johnson.



Werbesäule für die
Gastronomie von
Howard Johnson.





Greyhound Bus Station, 1200
Blanding Street, Columbia, Richland
County, SC. LOC

**Pegasus, das fliegende Pferd:
die Marke der Firma Mobil Gas. Hier
als Teil der Kellys Olympian Bar, die
schon seit 1902 in Portland, Oregon,
im Geschäft war. LOC.**



Motels



Falls das Motel einen Schwimmbecken besaß, wurde dieses besonders hervorgehoben – mit schlanken Taucherinnen, zum Beispiel. So entstand das Neonbild der „Diverin“.

Starlight Motel in Mesa, einer kleinen Stadt in Arizona, die zu einem der Suburbs von Phoenix wurde. LOC.



Replik des "Diver" Zeichens in West Hollywood. Das Original wurde für das Virginia Court Motel in Meridian, Miss., hergestellt. Nun ist es Teil der Sammlung des Museum of Neon Art.





Die Werbung für Motels brachte Leuchtreklameschilder über die ganze USA. Die Verbreitung von Automobilen und die relativ preiswerte Benzinpreise brachten Legionen von Fahrzeugen zu den entferntesten Orten. Auf den Weg dorthin war man dankbar, ein Motel zu entdecken, welches eine bezahlbare Unterkunft anbot – wenn möglich mit Farbfern-

sehen, Kühlschrank, Mikrowelle. So entwickelten man charakteristische Werbeschilder, welche die Autofahrer auf die unzähligen Motels aufmerksam machten. Falls das Motel einen Schwimmbecken besaß, wurde dieses besonders hervorgehoben – mit schlanken Taucherinnen, zum Beispiel. So entstand das ikonische Neonbild der „Diverin“.

Das Motel Sky Ranch.

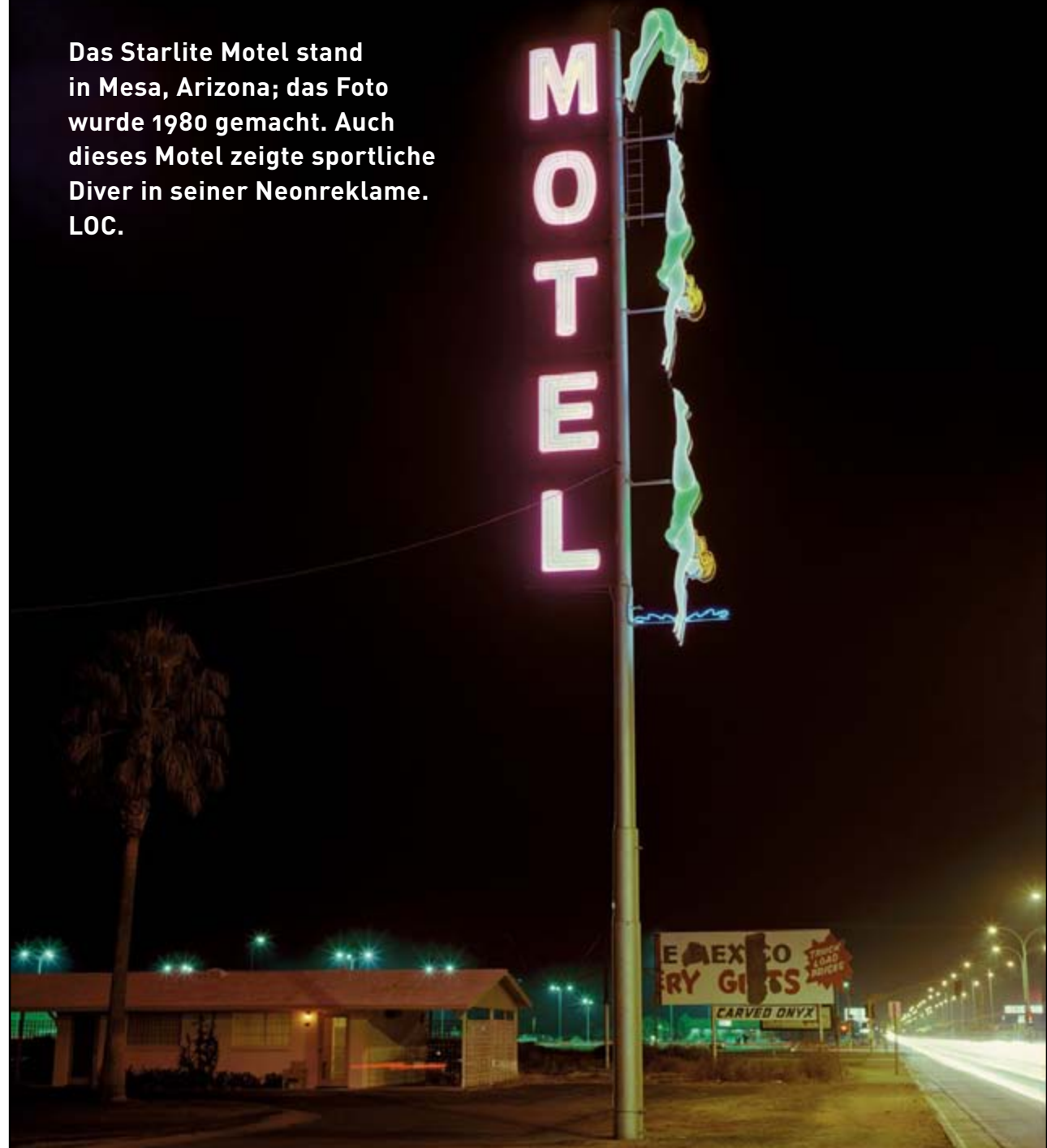


Das „moderne“ Motel „King’s Rest“ stand in Santa Fe, New Mexico; das Foto wurde 1980 gemacht. Das Lokal besaß Kitchenettes und Air Conditioning. LOC.





Das Starlite Motel stand in Mesa, Arizona; das Foto wurde 1980 gemacht. Auch dieses Motel zeigte sportliche Diver in seiner Neonreklame. LOC.





MOUNTAINER
INN

VACANCY

HOME A WAY FROM HOME
SIT A SPELL
CEMENT POND

THE MOUNTAINER INN

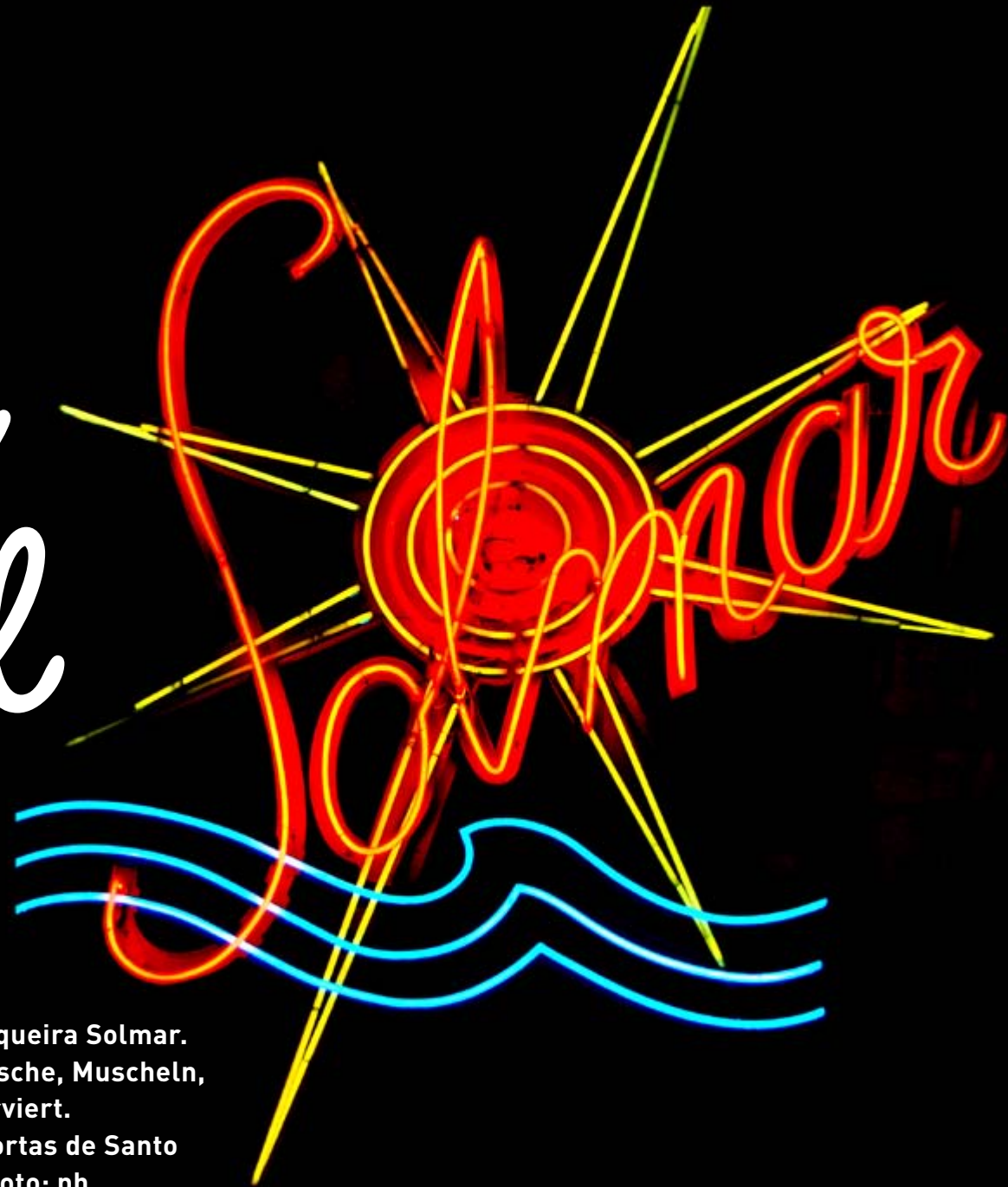


CHORN

WILSON'S
WINDY HOLLOW

Vitamin
Shoppe

Made in
Portugal



Neonbuchstaben für das Lokal Marisqueira Solmar.
In diesem Restaurant wurden edle Fische, Muscheln,
Scampis, Langusten und Krabben serviert.
In der Fußgängerzone der Rua das Portas de Santo
Antão, in der Innenstadt Lissabons. Foto: ph.

Lissabon



Restaurante Pessoa

Neonbuchstaben für das Restaurant Pessoa. Foto: Marina G. Lage.

Sul
América

ÓPTICA ROMA

Neonbuchstaben für Óptica Roma
und für das Reisebüro Sul América,
in Lissabon, Portugal.



Leuchtschrift für das Caféhaus Pastelaria Suíça, in Lissabon. Inzwischen hat die Pastelaria geschlossen und die Neon-Buchstaben wurden abgehängt.

Neonwerbung für
den Optiker Machado
Oculista, in Lissabon,
Portugal.



Machado
OCULISTA

Ausstellung „Cidade Gráfica“

Diese Ausstellung von Rita Múrias und Paulo Barata wurde in Zusammenarbeit mit dem Designmuseum MUDE in Lissabon veranstaltet. Da zu diesem Zeitpunkt die Räume des MUDE renoviert wurden, hat man die Neon-Ausstellung im Convento da Trindade untergebracht.

Neonbuchstaben für das Lissabonner Hotel Ritz.

The image shows the word "RITZ" in large, glowing neon letters. The letters are a bright cyan color and have a double-line outline, giving them a three-dimensional appearance. They are set against a dark, almost black background, which makes the neon glow stand out prominently. The letters are spaced out evenly across the width of the image.

A neon sign spelling the word "Ciola" in a cursive, handwritten-style font. The sign is illuminated with a bright green light, creating a glowing effect against a dark green background. The letters are formed by multiple parallel lines of neon tubing, giving it a three-dimensional appearance. The sign is mounted on a wall, and a thin wire is visible running vertically behind it.

Neonbuchstaben für die Marke Ciola.
In der Ausstellung „Cidade Gráfica”.



Neonbuchstaben für die Marke Camila.
In der Ausstellung „Cidade Gráfica”.



Neonbuchstaben für die Fassade des Verlagshauses der Tageszeitung **Diário de Notícias**. In der Ausstellung „Cidade Gráfica”.
Kleines Bild: Ehemals am Platz Rossio, Lissabon.







Charcutaria



Pastelaria



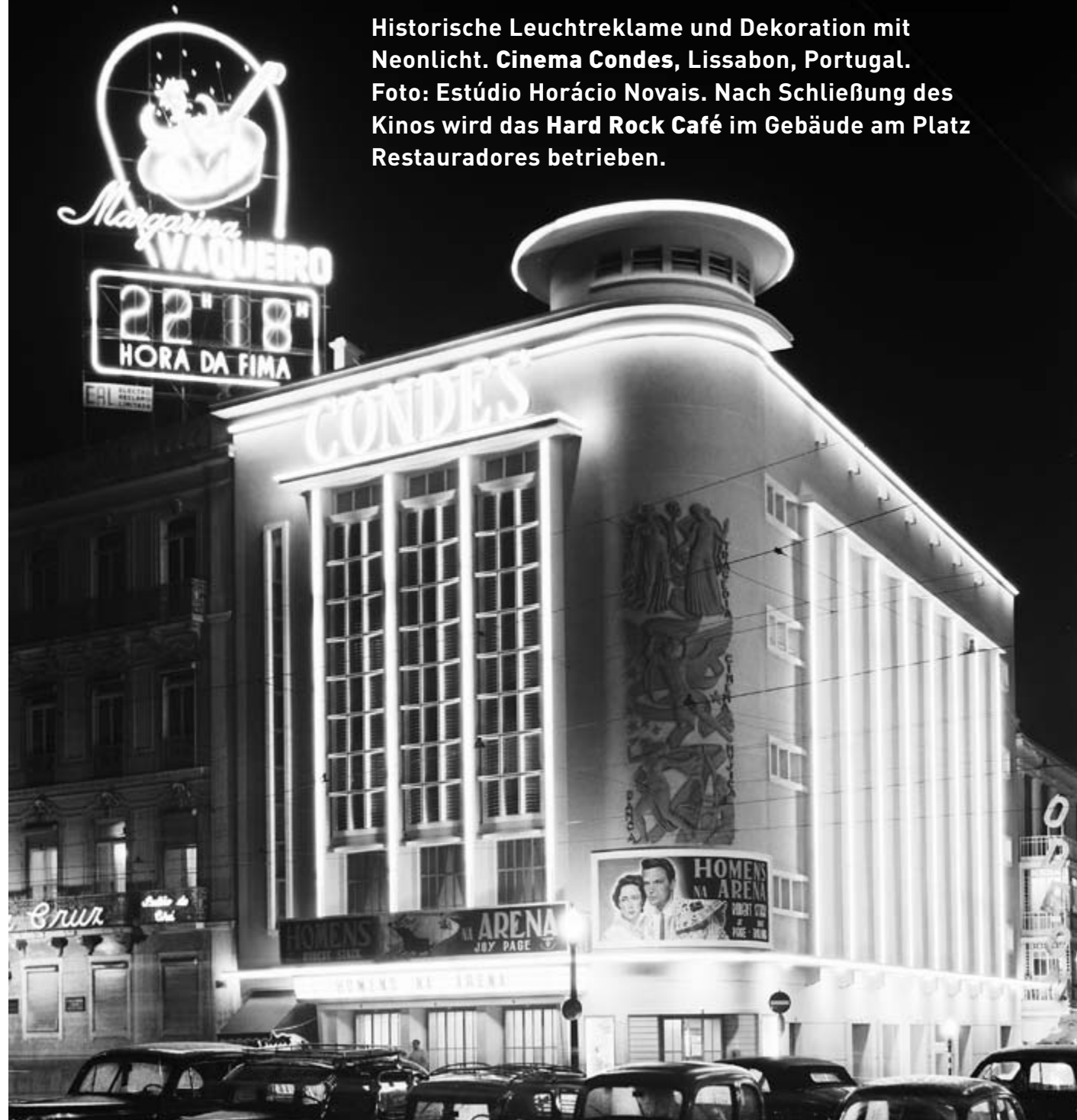
Leuchtreklame
für einen
Feinkostgeschäft.
In der
Ausstellung
„Cidade Gráfica”.



Leuchtreklame
für die Marke
Durbel.
In der
Ausstellung
„Cidade Gráfica”.

Durbel

Als Ergänzung zur Ausstellung „Cidade Gráfica“ haben Rita Múrias und Paulo Barata eine Recherche bei den Archiven der Stadtverwaltung Lissabon (Arquivos da Câmara Municipal de Lisboa) und der Stiftung Gulbenkian (Fundação Calouste Gulbenkian) über die Fotostudios von Mário und Horácio Novais durchgeführt. So wurden technische Zeichnungen und Fotos von Leuchtreklamen gefunden, die schon längst demontiert worden waren. Diese Leuchtreklamen gingen von den ikonischen Neontafeln, die auf den Dächern der Plätze von Restauradores und Rossio standen, bis zu denen, die aus der Zeit vor der Neonära stammten.



Historische Leuchtreklame und Dekoration mit Neonlicht. **Cinema Condes, Lissabon, Portugal.**
Foto: Estúdio Horácio Novais. Nach Schließung des Kinos wird das **Hard Rock Café** im Gebäude am Platz Restauradores betrieben.



Wie eine strahlende Sonne leuchtete die Neoreklame der Butterkekse „Maria“, vom Hersteller Triunfo. Im Rossio, Lissabon, Portugal.
Foto: Estúdio Horácio Novais.

ERL ELECTRO RECLAMO LIMITADA

Alles was in Portugal Rang und Namen hatte, war mit seinen Leuchtreklamen auf den Dächern von Lissabon vertreten. Ob Sandeman oder Bayer, Pillsips oder Ovomaltine, Parker oder Mont Blanc, BP oder Margarina Vagueiro, Nähmaschinen von Oliva

und Gummireifen von Mabor. Hinzu kamen die vielen Werbeträger für Produkte aus vergangenen Zeiten, die heute niemand mehr kennt. Auch wenn die hier vorgestellten Bilder hauptsächlich Motive aus dem Zentrum von Lissabon zeigen, so gab es auch auf den großen Stra-

ßen wie der Avenida da Liberdade, Avenida da República rund um Saldanha und Entre Campos oder in der unteren Avenida Almirante Reis solche große Licht-Skulpturen auf den Dächern.

Foto: Estúdio Horácio Novais.



Die Werbung vom Brandy „Constantino“ bot ein spektakuläres Schauspiel. Die Pfoten der Pferde und die Räder der Kutsche wurden so beleuchtet, daß ein Eindruck der Bewegung entstand. Hier haben die Zuschauer ein frühes Beispiel für **Advertisement in Motion** serviert bekommen... Nur wenige Fotos dokumentieren, daß die Reklame in verschiedenen Farben leuchtete.



“Die heiße (oder kalte) Ovomaltine wird Ihnen Kraft schencken” - Werbetafel mit Neonbuchstaben für das Getränk Ovomaltine, in Lissabon, Portugal. Das Schokogetränk wurde aus der Schweiz importiert. 1960er bis 1970er Jahre.

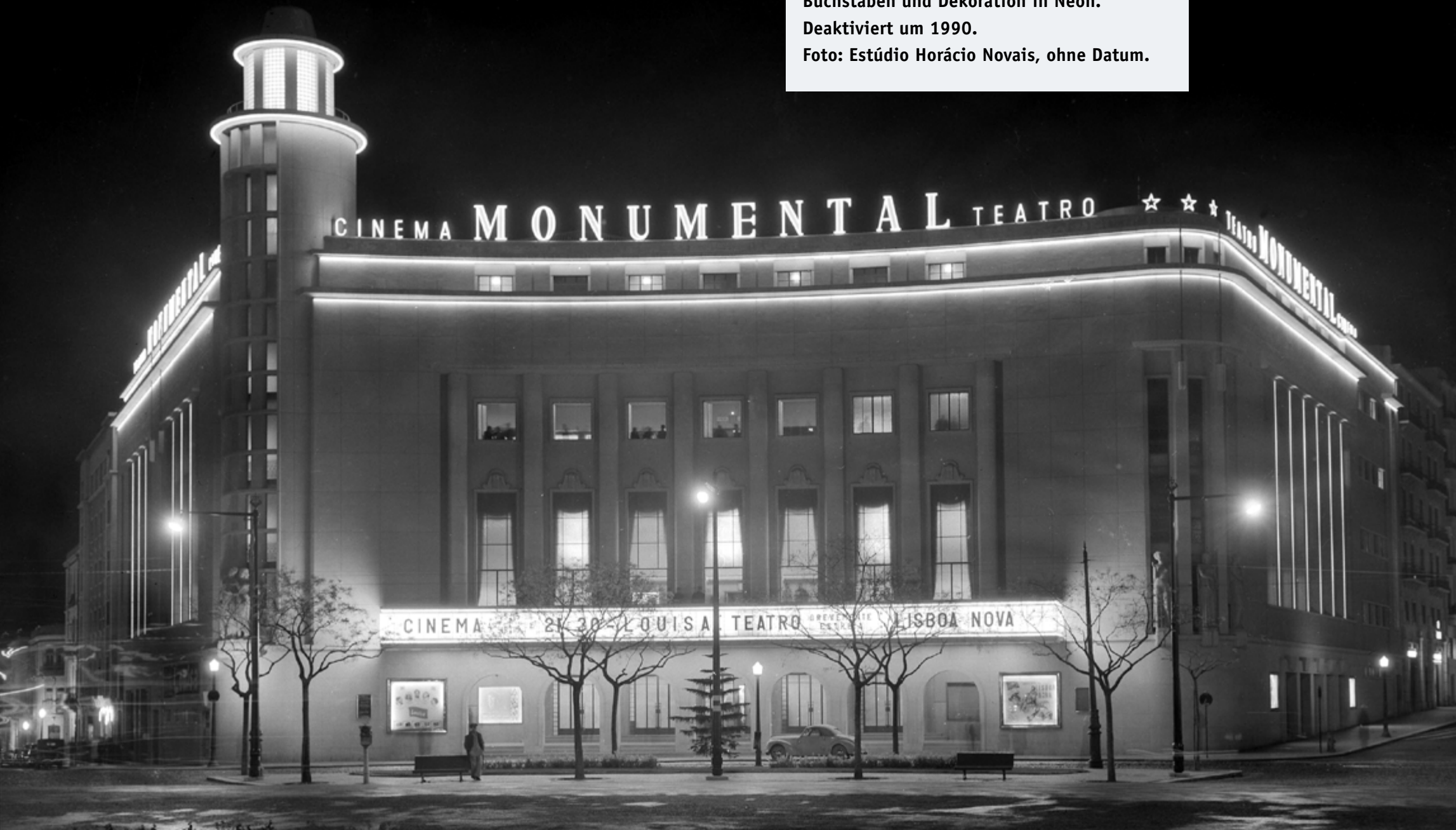




**Cine-Teatro Império,
Lissabon, Portugal.
Buchstaben und
Dekoration mit
Neonlicht. Das Gebäude
wurde vom Architekten
Cassiano Branco (1897-
1970) geplant und
1952 inauguriert. Es
wurde 1990 als Kino
deaktiviert und als
Imóvel de Interesse
Público im Jahr 1996
definiert.**

**Foto: Estúdio Horácio
Novais, ohne Datum.**

Cinema Monumental, Lissabon, Portugal.
Buchstaben und Dekoration in Neon.
Deaktiviert um 1990.
Foto: Estúdio Horácio Novais, ohne Datum.



CINTAS

SOUTIENS

Triumph

FATOS DE BANHO

Eine berühmte Marke – Triumph – bot Damenmode auch in Portugal an: Mieder, BHs und Badekostüme.

Neonbuchstaben an der Fassade
eines Schuhgeschäftes im
Zentrum Lissabons. Sapataria "A
Deusa".

Lissabon, Portugal. Foto: ph.



A Deusa



Die leuchtenden Buchstaben für die Konditorei Tarantela. Sie sind inzwischen demontiert worden. Lissabon, Portugal.



**Barockes Neon.
Schuhgeschäft Hélio.
Sapataria Hélio.
Lissabon, Portugal.
Foto: ph.**



Ausstellung „Brilha Rio”

BRILHA RIO

EXPOSIÇÃO

LETREIRO
Galeria

PRAT
RIVERSIDE VILL

Neon Buchstaben für die
Ausstellung „Brilha Rio” von Letreiro Galeria.
Lissabon, Mai 2022.
Foto: ph. / uw.

JOAQUIM BARBOSA
ALFAIATE

Joaquim Barbosa

ALFAIATE

Neon Buchstaben für Joaquim Barbosa
Alfaiate (Schneider). Ausstellung „Brilha Rio“
von Letreiro Galeria. Lissabon, Mai 2022.
Foto: ph. / uw.

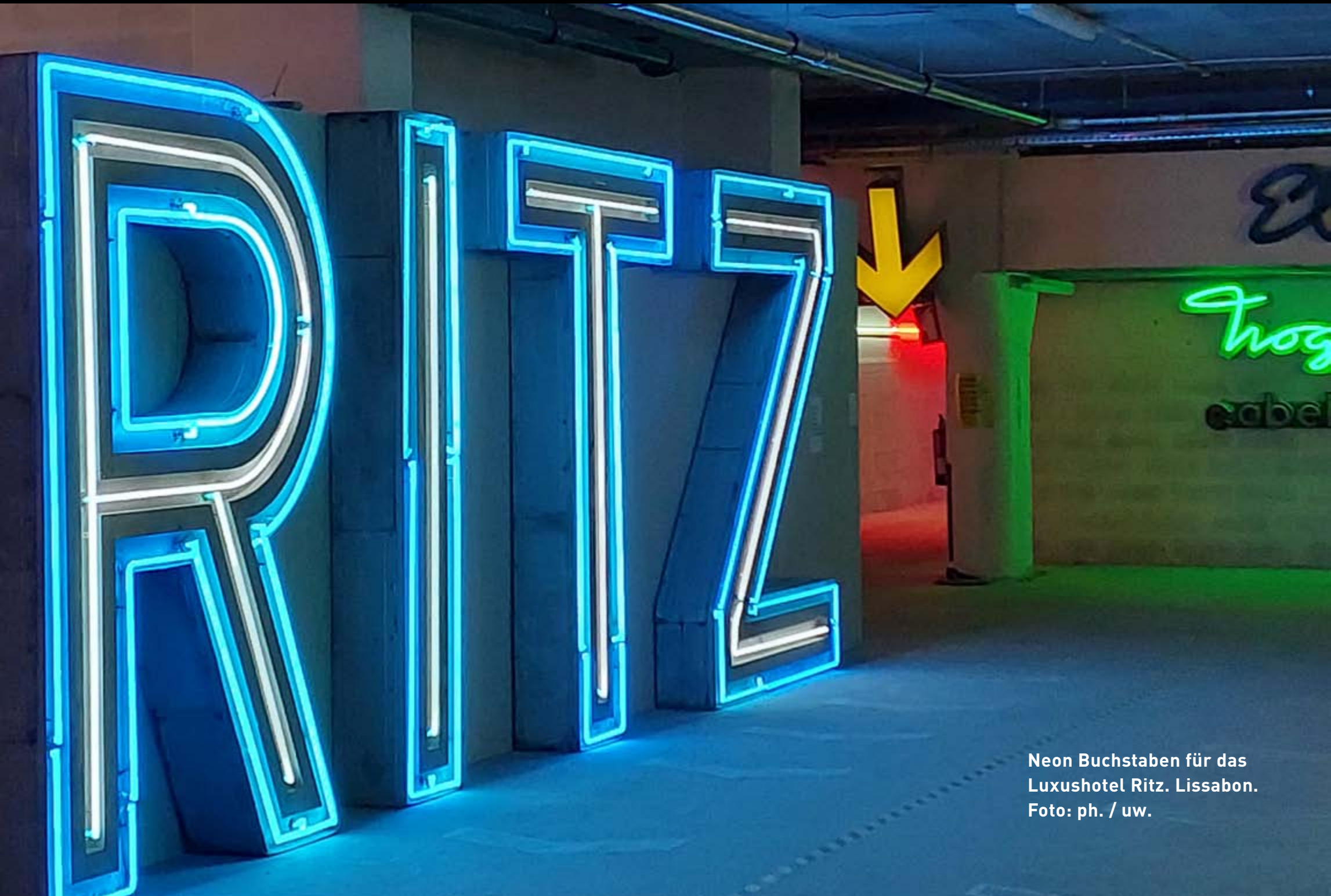


Vamar

Neon Buchstaben für Vamar.
Ausstellung „Brilha Rio“ von Letreiro Galeria.
Lissabon, Mai 2022.
Foto: ph. / uw.



Neon Buchstaben für Primar.
Ausstellung „Brilha Rio“ von Letreiro Galeria.
Lissabon, Mai 2022.
Foto: ph. / uw.



Neon Buchstaben für das
Luxushotel Ritz. Lissabon.
Foto: ph. / uw.



Neon Buchstaben für Chou-Chou.
Ausstellung „Brilha Rio” von Letreiro Galeria.
Lissabon, Mai 2022.
Foto: ph. / uw.

Diese Buchstaben transportieren den Charme europäischer Schreibschriften.
Neon-Buchstaben für Damenfrisör Costa. Lissabon.
Foto: ph. / uw.

Costa

PENTEADOS

COIFFURE



Casa



Frazão

Neon Buchstaben für Casa Frazão. Lissabon.
Ausstellung „Brilha Rio”. Foto: ph. / uw.

otente



oasa

SAPATARI

PRESIDENTI

Neon Buchstaben für das Schuhgeschäft Sapataria Presidente. Lissabon. Ausstellung „Brilha Rio“.



Porto



Pinheiro da Rocha

Pinheiro da Rocha
hatte Neon-Lettering
an seiner Fassade in
Porto.... Foto: ph.



**Neon-Lettering für die
Fassade des „Königs der
Käsen“, in Porto....
Foto: ph.**



Neon-Lettering für die
Fassade des Restaurants
Ribeiro, in Porto....

Salão de Chá

Kalligrafischer Schriftduktus für einen Teesalon in Porto, Portugal. Foto: ph.





**Kalligrafischer Schriftduktus.
Geschäft "Sanitária".
Porto, Portugal.**



**Kalligrafischer Schriftduktus
für die Neonbuchstaben des
Geschäfts der Funerária Pátria.
Porto, Portugal.**



**Modernistisches Styling
für Neonbuchstaben.
Modegeschäft "Ibiza".
Porto, Portugal. Foto: ph.**

Art-Déco Neonbuchstaben
für die Garage „Passos
Manuel“ in der
Innenstadt von Porto,
Portugal. Foto: ph.

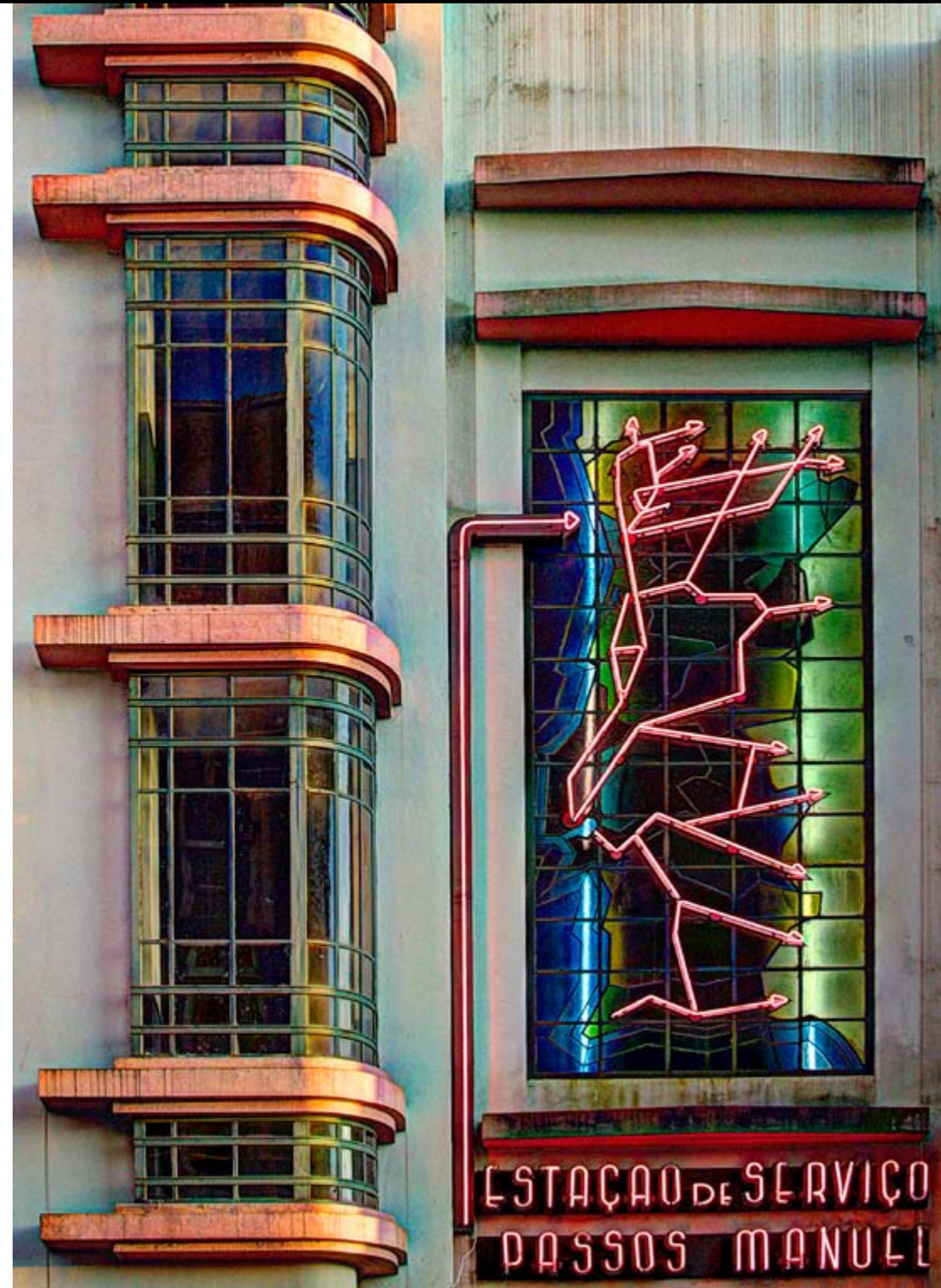
ESTACAO DE SERVIÇO
PASSOS MANUEL

The image shows a close-up of a neon sign mounted on a light-colored wall. The sign consists of two horizontal rows of letters. The top row reads 'ESTACAO DE SERVIÇO' and the bottom row reads 'PASSOS MANUEL'. The letters are made of dark metal with a neon tube inside each letter, giving them a three-dimensional appearance. Above the sign is a horizontal copper-colored metal bar. At the top of the frame, there is a window with a decorative leaded glass pattern in shades of blue and green.

Art-Déco im Norden

Schon seit Langem versucht Porto mit Lissabon zu konkurrieren. Sowohl im kulturellem wie im wirtschaftlichem Bereich. Porto, die Hauptstadt Nordportugals, hat sich schon früh im industriellen Sektor entwickelt und wurde Zentrum der Textil-, Leder- und Möbel-Industrie.

Der Art-Déco-Stil, der in ganz Portugal lange Zeit herrschte, hat auch in Porto zahlreiche Nachlässe hinterlassen. So wundert es nicht, daß sich dort auch viele Neon-Letterings in diesem Stil aufspüren lassen. Doch etliche sind mit der Zeit verfallen und machen einen ziemlich ungepflegten Eindruck...





**Metallene Art-Déco-Buchstaben
für die Garage „Passos Manuel“
in der Innenstadt von Porto,
Portugal. Foto: ph.**



Für einen Café-Haus. Neonbuchstaben in der
Innenstadt von Porto, Portugal. Foto: ph.



Neonbuchstaben für das ehemalige Kino „Cine Águia“ in der Innenstadt von Porto, Portugal. Foto: ph.

Porto Editora, Lda

Art-Déco Lettering. Fassade
des Ladens des Verlages Porto
Editora, Lda., in Porto.
Foto: ph.

ORTO EDI

Leuchtreklame vom
Modehaus "Alves".
Setúbal, Portugal.
Foto: ph.

A glowing blue neon sign in a cursive script spelling "Alves". The sign is mounted on a dark wall. The letters are formed by thick, bright blue neon tubes. The background is dark, and there are some faint, blurry lights visible in the lower part of the image, possibly from other signs or streetlights.

15



Neonbuchstaben für das Lotteriehous
„Casa da Sorte“ (Haus des Glücks) in
Lissabon, Portugal. Foto: Estúdio Horácio
Novais.



Neonbuchstaben für das
Modehaus "Casa das Sedas"
(Haus der Seiden) in Setúbal,
Portugal. Foto: ph.



Leuchtschrift "Riviera" in einem Laden in der
Innenstadt von Ponta Delgada,
Insel São Miguel, Azoren.
Foto: ph.



Leuchtschrift "Artes" in einem Laden in der
Innenstadt von Ponta Delgada, Insel São Miguel, Azoren.
Foto: ph.

Armazens Branco

Lettering für
das Warenhaus
Armazens
Branco,
Porto, Portugal.
Foto: ph.

2

alar
es
C

Neonzeichen für das Pfandhaus
Tung Tak (Wanchai). Ein
traditionelles Zeichen für
Pfandhäuser – in der Form einer
Fledermaus, welche eine Münze im
Maul trägt.

Hong
Kong



Neonlichter in Hong Kong

Ausgefallene Neonlichter prägten bis vor Kurzem das Stadtbild von Hong Kong. Die Vorlagen wurden oft von Kalligraphen entworfen. Nun machen ihnen LEDs Konkurrenz. Doch vor den LEDs prägten Neonlichter das Stadtbild. Davon gibt es aber immer weniger; sie verbrauchen viel Strom und sind in der Herstellung aufwendig.

Neonreklame ist ein Handwerk, das nicht mehr viele beherrschen. Gerade mal eine Handvoll der „Neon-Master“ gibt es in der chinesischen Sonderverwaltungszone noch. Wu Chi-Kai ist einer von ihnen: „Das Besondere an den Neonschildern in Hong Kong ist und war, daß es keine Regulierungen oder Bestimmungen gab, was die Größe und die Art und Weise der Installation betrifft. Wenn unsere Kunden eine Neonreklame wollten, um die Passanten zu locken, hat man die Schilder einfach größer gemacht. Gerade auf der Nathan Road wurden die Schilder immer größer und auffälliger. Jeder, der hier spazie-



ren ging, konnte dort Neonschilder bewundern. Das war damals die goldene Zeit der Neonschilder, eben weil es auch die Zeit von Hong Kongs Wirtschaftsboom war.“

Die Kunden von Wu Chi-Kai schicken ihm zuerst eine Zeichnung, meist von Kalligraphen oder Grafikern entworfen. Danach wird festgelegt, wie groß die Beleuchtung werden soll. Dann beginnt Wu Chi-Kai in seiner Lagerhalle mit dem Brennen der Neonröhren.

Die Nachfrage nach Neonreklame ist seit Anfang der 2000er Jahre stark gesunken. Wu Chi-Kai verdient nur noch ein Drittel dessen, was er noch vor 20 Jahren mit seiner Kunst verdient hat. Denn Neonlichter müssen den immer strengeren Gesetzen fürs Bauen und Anbringen von Beleuchtungen in der Stadt und den günstigeren und helleren LEDs weichen.

Wu Chi-Kai: „Etwa gegen 1997 kamen die LEDs auf den Markt. Ich dachte mir sofort, daß die ein starker Konkurrent zu den Neonlichtern sein werden. Neonlichter wurden jahrzehntelang gemacht und benutzt und heute sind sie eben altmodisch. Die Menschen wollen halt lieber neue Technologien und Dinge für ihre Werbetafeln benutzen.“

Auf der längsten Einkaufsstraße in Kowloon, der Nathan Road, findet man noch einige alte Leuchtreklamen. Hier flimmern farbige Neonschilder von Restaurants, Mode- und Schmuckläden. Aber auch auf der gegenüberliegenden Hong Kong Island gibt es vereinzelt noch Neonschilder.

Hong Kongs Neonlichter sind aber nicht nur Dekoration, sie haben vor allem das Bild der Stadt



und der Architektur verändert, sagt Brian Kwok, Design-Professor an der polytechnischen Universität: „Man sieht hier eine Menge Gebäude, die keine speziellen architektonischen Merkmale oder Besonderheiten haben. Aber sobald Werbung oder Neonschilder an den Gebäuden hängen, ist in etwa so, wie wenn Menschen verschiedene Kleidungen tragen. Jeder Bezirk hier trägt verschiedene Kleider und steht für unterschiedliche Charakteristika.“

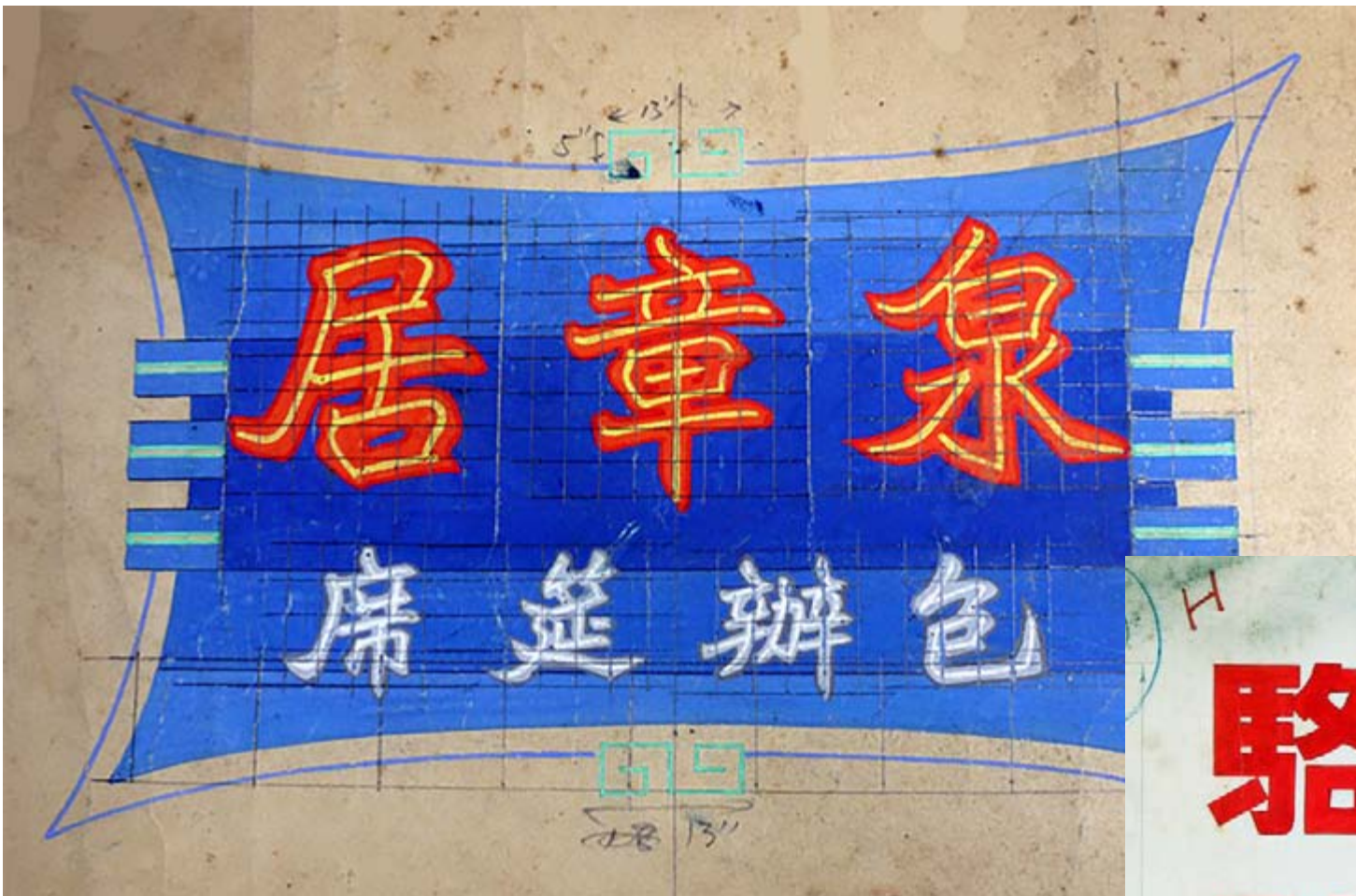
Die knisternden Neonlichter haben Hong Kong mit den engen Straßen und lebhaften Boulevards zu dem gemacht, was es heute ist: eine farbenträchtige Metropole, die niemals schläft. Die Neonreklamen sind aber noch viel mehr als nur warme Beleuchtung. Sie sind Kunstwerke, die für die Zukunft bewahrt werden sollten.

Flimmernde Schriftzeichen von „Mak's Noodle“, einem der ältesten Suppenrestaurants im Osten von Hong Kong. Foto: Moritz Gaudlitz.

Vor ein paar Jahren haben Neonliebhaber aus Hong Kong die Initiative „Neonsigns“ gegründet. Auf der Website www.neonsigns.hk kann man die Neonreklamen in der Stadt auf interaktiven Landkarten erkunden. Fotografiert und dokumentiert von der Internetcommunity.



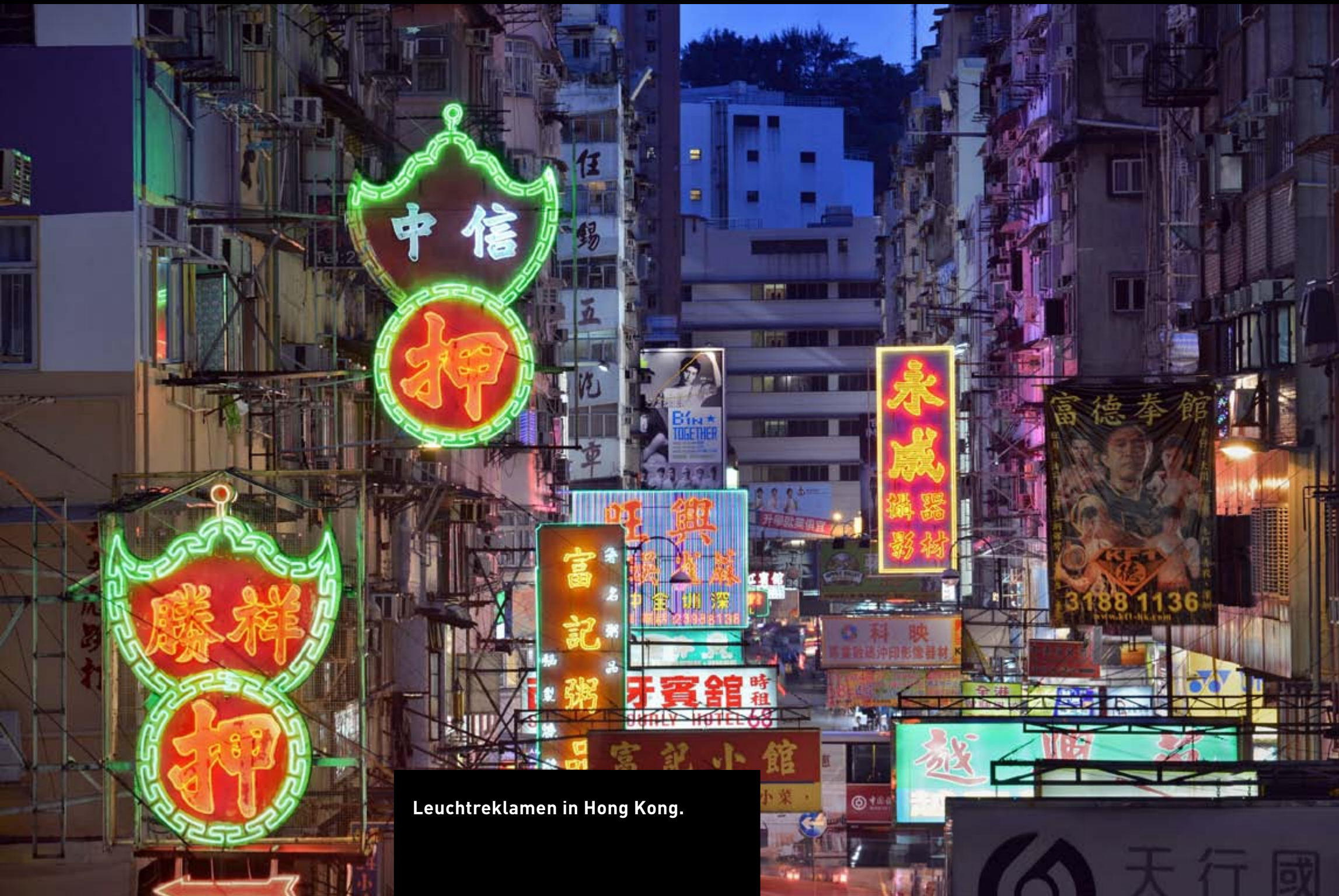
Neonzeichen vom Restaurant Sheung Hing, Hong Kong. Ein einfaches Zeichen, gestaltet mit Lishu Kalligrafie und mit einem Rand im chinesischen Stil.



Bemalte Zeichnungen werden dem Kunden vorgelegt, um zu testen, ob er mit den Entwürfen für die Neonreklamen einverstanden ist.



Leuchtreklame für einen Pfandhaus in Hong Kong.



Leuchtreklamen in Hong Kong.



„Sammy's Kitchen“ ist eine der Neonreklamen von Hong Kong, die abgehängt wurden.



Die Neonreklame vom „Chinese Palace Night Club“ in Hong Kong.



In Hong Kong wurde die Technologie der Herstellung von Neonzeichen in den frühen 1930er eingeführt. Die explosionsartige Multiplizierung der Neonzeichen fand jedoch nach dem Zweiten Weltkrieg statt, als Hong Kong in eine Periode rascher wirtschaftliche Expansion eintauchte. Neon erwies sich als das perfekte Medium um alle möglichen Arten von Aktivitäten zu bewerben: Restaurants, Kaufhäuser, Kinohäuser, Bars, Nachtclubs und Saunas. Neonzeichen boten nicht nur eine Lösung für die Konkurrenz um eine ständig wachsende Kundenbasis mit höherem Einkommen und mehr Freizeit, sondern sie wurden auch ein starkes Symbol für ein Hong Kong mit steigender Wirtschaftskraft; ein attraktives Touristenziel.



Making of



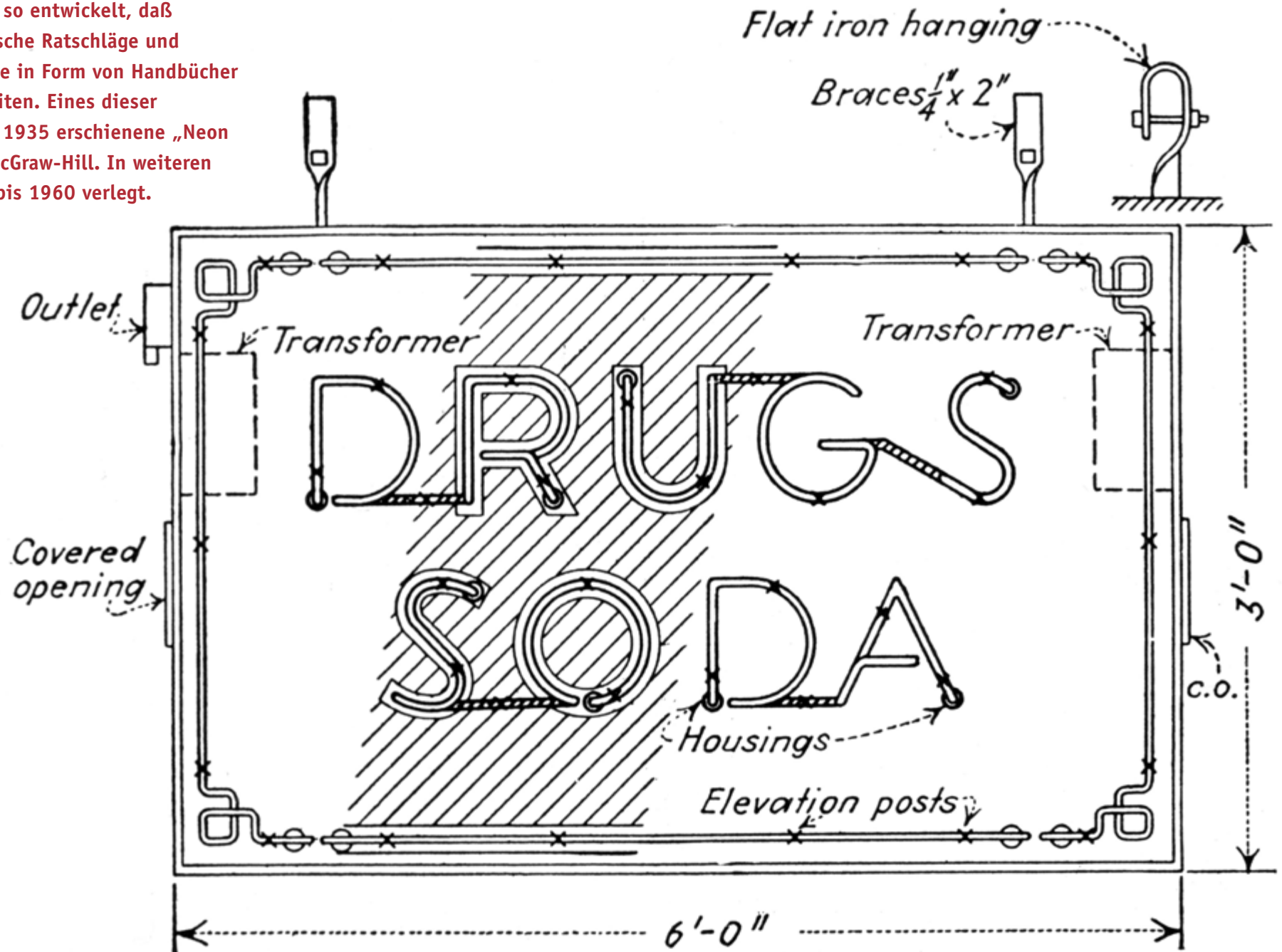
Symbols - Daytime, Salvation Army Shield, Liquor Store Bottle, Neon Signs above Storefronts, South Station, Store Signs along Sidewalk. Researcher: Der Amerikaner Gyorgy Kepes (1906-2001).

Researcher: Kevin Lynch (American, 1918-1984)

Photographer: Nishan Bichajian (American, 20th century)

Creation date: between 1954 and 1959.

Spätestens im Jahr 1935 war die Neonwerbeindustrie so entwickelt, daß man begann, technische Ratschläge und Installationshinweise in Form von Handbüchern (Manuals) zu verbreiten. Eines dieser Handbücher war das 1935 erschienene „Neon Signs“ vom Verlag McGraw-Hill. In weiteren Ausgaben wurde es bis 1960 verlegt.



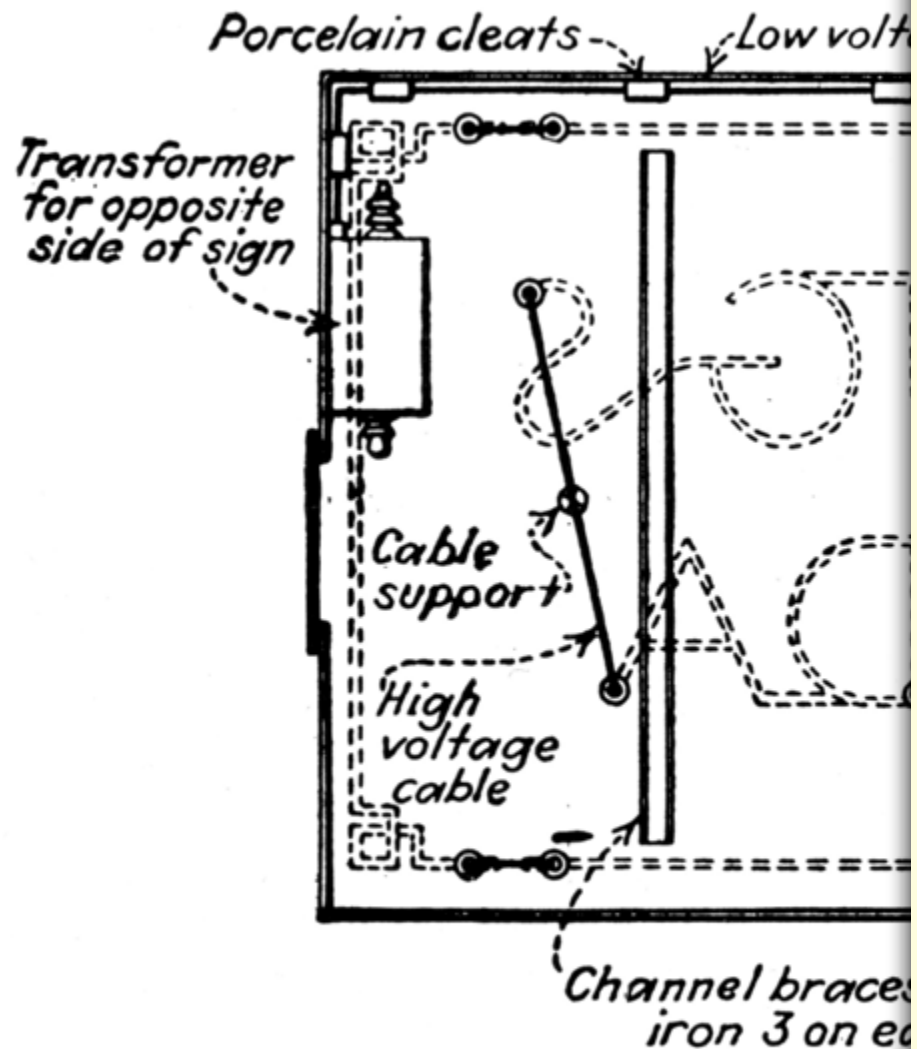


FIG. 6-4. Wiring diagram of sign 1
face of sign removed.

NEON SIGNS

Manufacture — Installation — Maintenance

BY

SAMUEL C. MILLER

President, Tube Light Engineering Company, New York

AND

DONALD G. FINK

Associate Editor, Electronics

FIRST EDITION

FOURTEENTH IMPRESSION

McGRAW-HILL BOOK COMPANY, Inc.

NEW YORK AND LONDON

1935

Buchstabenformen und
deren Anchlüsse.

Aus dem Handbuch
„Neon Signs“, 1935.

Script

BLOCK

OUTLINE

DOUBLE

Wie eine Illustration zu den Buchstabenformen aus dem Handbuch „Neon Signs“ von 1935.

Auf dieser Tafel findet man folgende Schriftarten:

„Double“,
„Script“,
„Outline“ und
„Block“.

Foto: Werbetafel für Sunrise Donuts im Ace Sign Company Antique Sign Museum in Springfield, Illinois. Foto von Carol Highsmith.

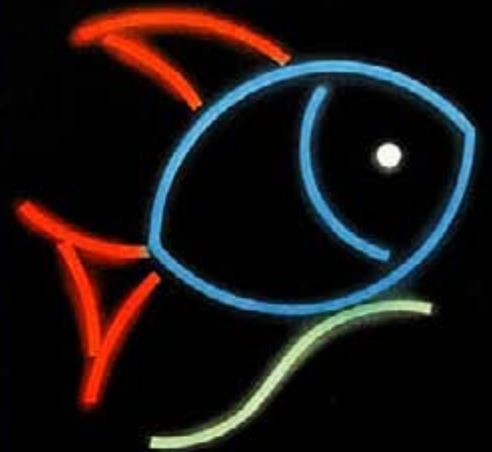


Frankenmuth, ein Restaurant aus Michigan, hat auch die Frakturschrift in seiner Neontafel zu integrieren versucht...





Philinea, ein Entwurf für
Leuchtschriften von Philips.



a b c d e f g h
i j k l m n o p q
r s t u v x y z



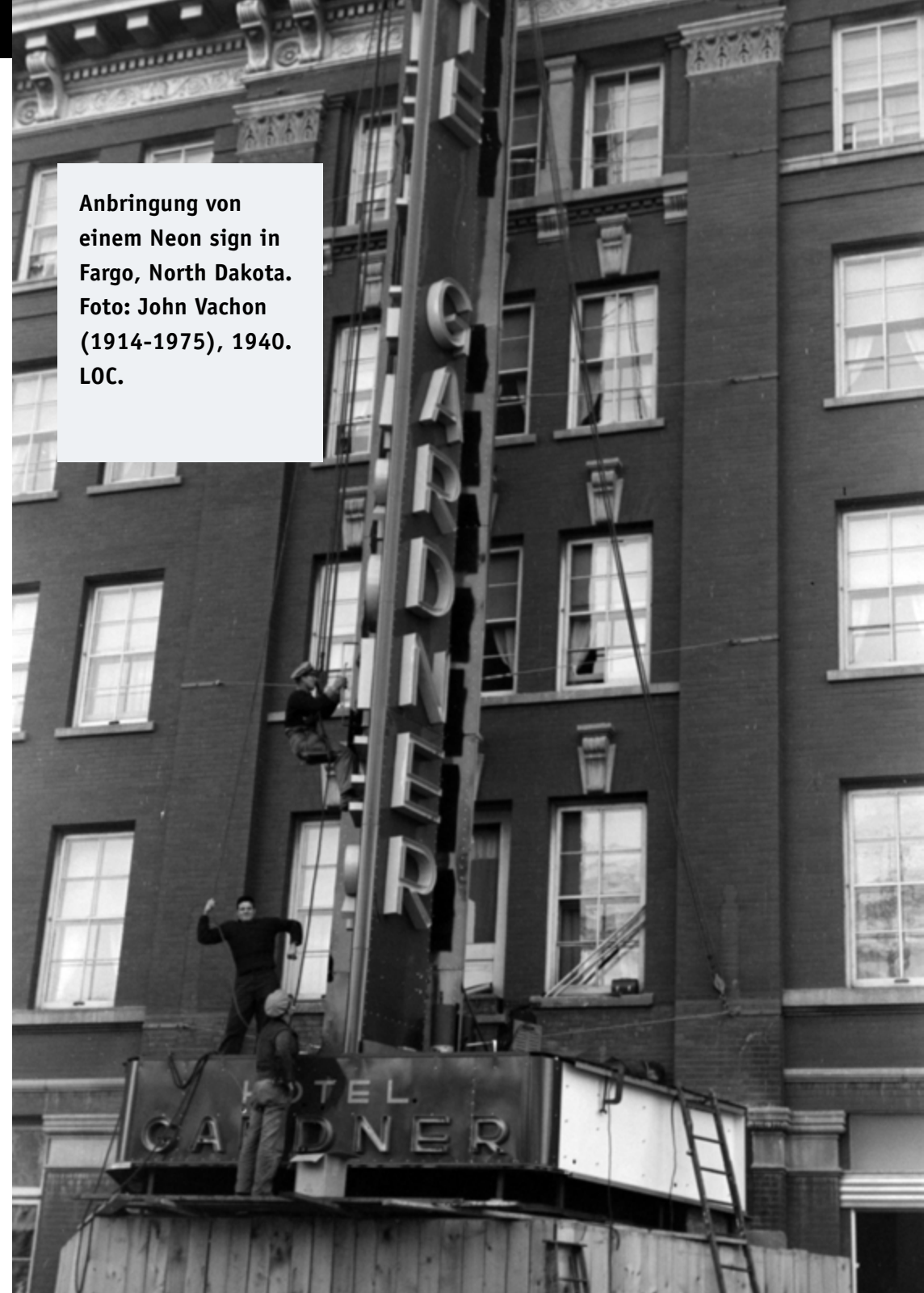
Wie die Neonfarben entstehen

Neonlampen bestehen aus hohlen Glasröhren, die mit Edelgas gefüllt sind. Das enthaltene Gas wird unter Spannung gesetzt, und so ionisiert es sich. Von einer Ionisierung spricht man, wenn Elektronen und Ionen getrennt werden und sich das Gas entlädt. Eine Entladung ist deutlich sichtbar – die Neonröhre beginnt zu leuchten. Neon sorgt stets für ein Orange-Rot. Mithilfe des Edelgases Krypton leuchtet die Röhre weiß. Argon sorgt für Rosa, Argon mit Quecksilber hingegen für

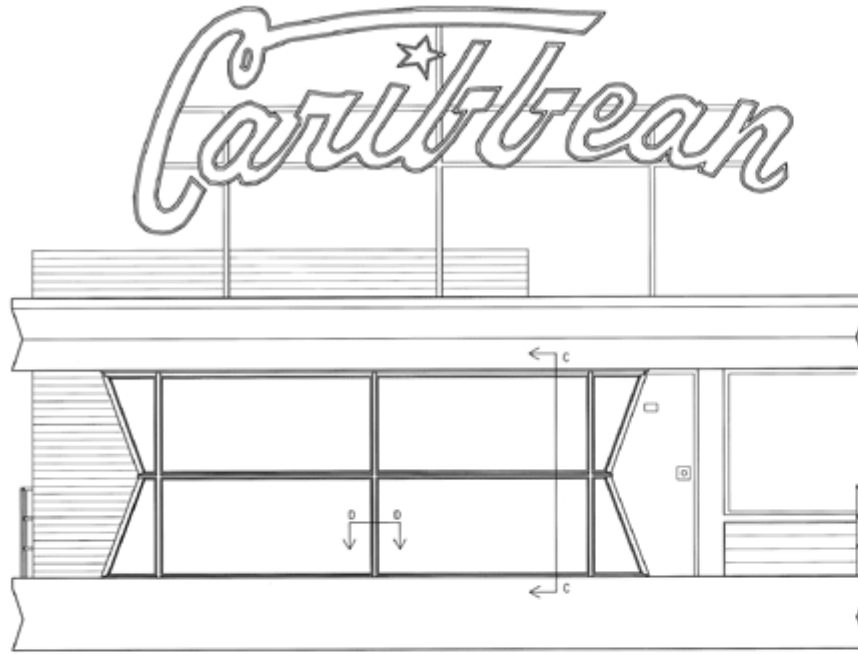


ein kräftiges Blau. Wahlweise lässt sich Blau auch mit Xenon erzeugen. Helium erzeugt Weißrosa. Sogar Stickstoff (Gelbrosa) und Kohlenstoffdioxid (Bläulichweiß) sorgen für funktionsfähige Ergebnisse. Doch nicht nur das Gas spielt eine Rolle, sondern auch die Farbe des Rohrs. Mischt man Neon mit Quecksilber in einem grüngelben Rohr, entsteht Grün. Verwendet man Helium in einem gelben Rohr, entsteht ein knalliges Gelb. Mit verschiedenen Kombinationen kann das gesamte Farbspektrum abgedeckt werden.

Anbringung von einem Neon sign in Fargo, North Dakota. Foto: John Vachon (1914-1975), 1940. LOC.



Caribbean Motel 5600
Ocean Avenue Wildwood
Crest Cape May County
NJ.



WINDOW DETAIL
0 1 2 3 4 5 6
Scale: 1/2" = 1'-0"

SECTION DD
0 1 2
Scale: 1/2" = 1'-0"

SECTION CC
0 1 2
Scale: 1/2" = 1'-0"



SIGN DETAIL
0 1 2 3 4
Scale: 1/4" = 1'-0"



1997 CHARLES E. PETERSON PRIZE, FOURTH PLACE

DESIGN BY TIMOTHY WAGNER, LAURA WEST, DONNA ZARCZYNY, B997
SOUTH FLORIDA UNIVERSITY ARCHITECTURAL STUDENTS
WILDWOOD CREST

CARIBBEAN MOTEL
COUNTY OF CAPE MAY

DEPT. COUNTY

NJ-1186

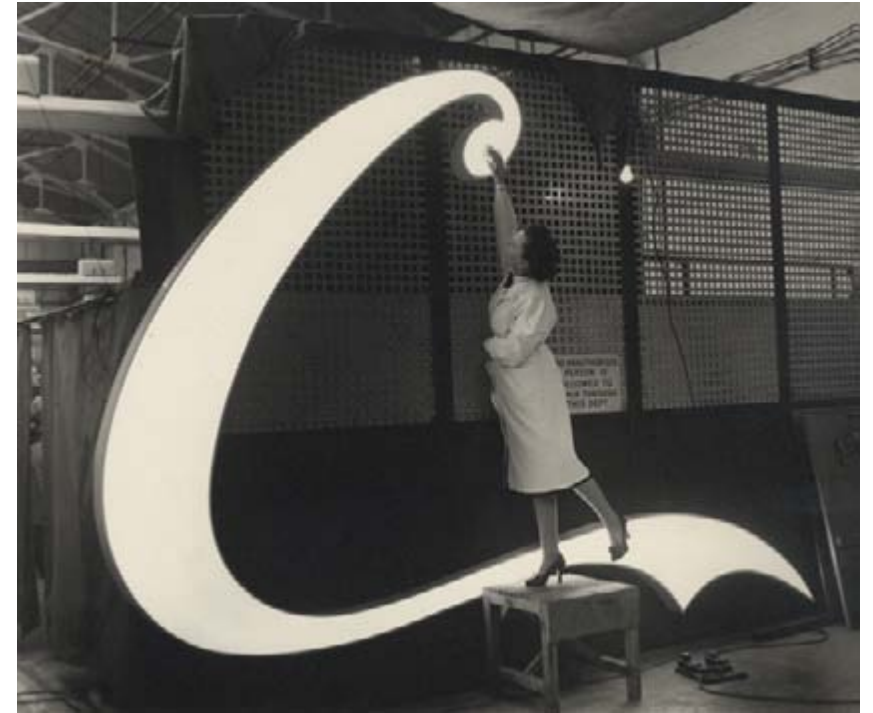
REPUBLICAN ARCHITECTURAL
WILDWOOD PRIZE
1997 - 1998

© 2022 SOUTH FLORIDA UNIVERSITY ARCHITECTURAL STUDENTS. ALL RIGHTS RESERVED BY MANUFACTURERS OF THE SIGN.



The making of a Coca-Cola neon sign for Piccadilly Circus, 1954





Glasbläser bei der Arbeit

Wie bekommen die Buchstaben aus Glasröhren ihre Form? Das Glas der Neonröhren wird bis zu einer Temperatur von 1000 Grad erhitzt, um es zu biegen und zu drehen. Immer wieder wird hineingeblesen, damit die Hitze auch in die Röhren läuft.

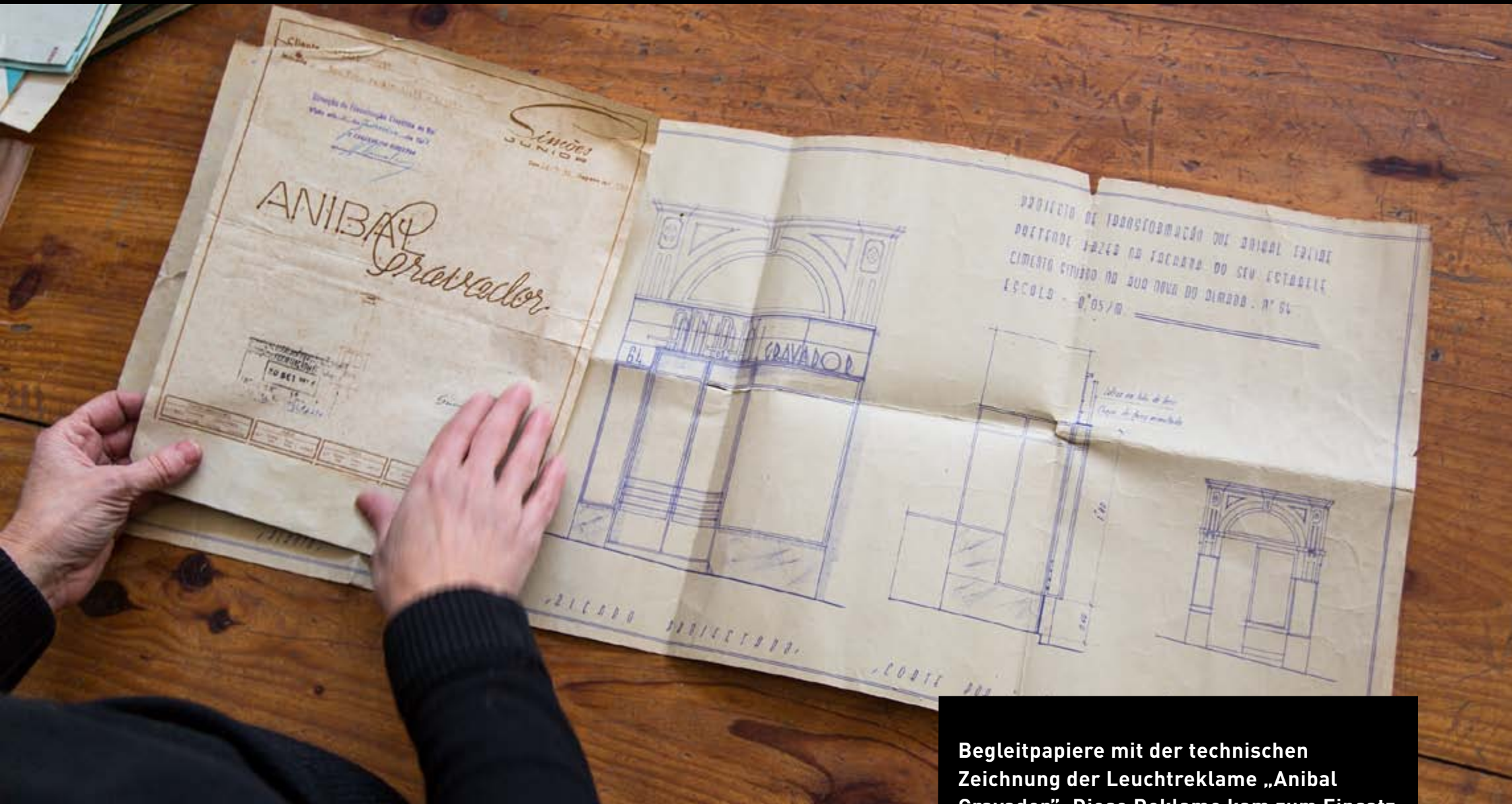
Man legt die einzelnen Glasteile auf einen Tisch und gleicht sie mit den Zeichnungen und Vorlagen ab. Dann fehlen nur noch die speziellen Gase, um die Kunstwerke leuchten zu lassen.

Denn die Neonfarben entstehen erst durch das Hinzufügen von unterschiedlichen Gasen. Damit es Rot leuchtet, muß Neon hinzugefügt werden, für blaues Licht muß Argon in die Röhren gebracht werden.



Das Glas der Neonröhren wird bis zu einer Temperatur von 1000 Grad erhitzt, um es zu biegen und zu drehen. Immer wieder wird hineingeblasen, damit die Hitze auch in die Röhren läuft.





Bevor eine Leuchtreklame in Funktion ging, mußte sie erstmals von den entsprechenden Behörden genehmigt werden. In Portugal, während der Zeit des autoritären Estado Novo, schloß

die Genehmigung eine politische Zensur und auch eine Zensur der Rechtschreibung ein. Letztere überprüfte, ob unerlaubte ausländische Begriffe im Text verwendet wurden...

Begleitpapiere mit der technischen Zeichnung der Leuchtreklame „Anibal Gravador“. Diese Reklame kam zum Einsatz bei Anibal Freire, in der Rua Nova do Alameda, Nr. 64, Lissabon. Foto: Adriano Fagundes / National Geographic PT

Leuchtreklame für „Anibal Gravador“. Diese Reklame war in Lissabon, in der Rua Nova do Alameda Nr. 64, im Einsatz.

ANIBAL GRAVADOR

ANIBAL
64
Gravador



CREAM
HIADO



Kuba



Neonbuchstaben an der Fassade des "Cine Riviera" in Havana, Kuba.



Neonbuchstaben für
die Fassade des
"Cine Riviera" in
Havana, Kuba.
Foto: ph.

Neonbuchstaben für die Fassade des
"Cine Riviera" in Havana, Kuba.
Foto: Thomas Leuthard.





Fin de Siglo

Elegante Neonbuchstaben für die Fassade des "Fin de Siglo", ein Department Store in Havana, Kuba. Diese Buchstaben wurden für das Projekt *Habana Light Neon & Signs* restauriert.

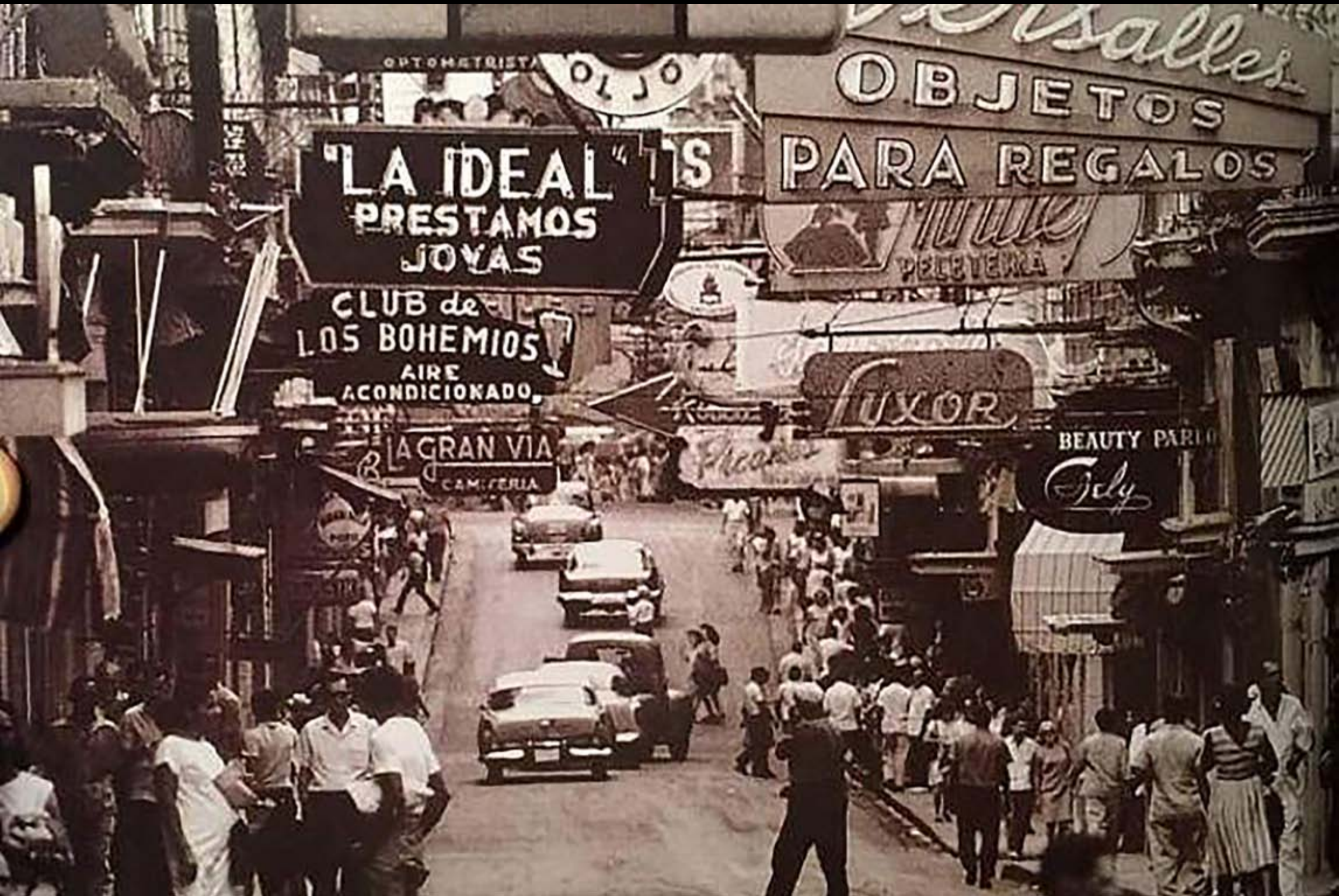
Ende des Jahrhunderts

„Fin de Siglo: Ende des Jahrhunderts“ - das könnte die Losung für das ganze Land Kuba und sein verrostetes politisches System sein. Ein System, welches mit der großen Hoffnung nach einem radikalen gesellschaftlichem Wandel begann und nach drei Jahrzehnten jämmerlich scheiterte.

Übrig blieben die Erinnerungen an das ehemalige kapitalistische Kuba, als dieses Land, beherrscht vom kubanischen Diktator Baptista, von reichen US-Amerikanern kontrolliert wurde. Damals florierten die Spielcasinos, die Luxusbars und die Absteigen der Prostitution. Dem stiftete man ein morbides Dekor aus heiße Mambo-Rhythmen, luxuriöse Straßenkreuzern und exotische karibische Cocktails...

„Ein Daiquiri in der Floridita-Bar?“







Nach dem Sonnenuntergang in Havana leuchtet ein Eisblaues Neonzeichen auf, um die Fassade des Cine El Mégano zu erhellen – eines der vielen verlassen Kinohäusern in der kubanischen Hauptstadt. Ein vibrierendes Licht in der Nachtszene der karibischen Metropole, die in den letzten Dekaden zunehmend dunkelschwarz geworden war.



**Teatro Mella.
Havanas
restaurierte
Neonbuchstaben.**



Bar-Restaurant Floridita, in Havana, Kuba. Foto: Carol M. Highsmith, 2008.



Bar-Restaurant
"La Zaragozana" in Havanna,
Kuba. Foto: Carol M.
Highsmith, 2008.

Nach dem Sonnenuntergang in Havana leuchtet ein Eis-blaues Neonzeichen auf, um die Fassade des *Cine El Mégano* zu erhellen – eines der vielen verlassenen Kinohäuser in der kubanischen Hauptstadt. Ein vibrierendes Licht in der Nachtszene der karibischen Metropole, die in den letzten Dekaden zunehmend dunkelschwarz geworden war.

Die leuchtenden Neonbuchstaben von El Mégano sind eine der Restaurierungsarbeiten des Kubaners **Kadir Lopez Nieves**, der sich der Wiederbelebung der Vintage Neon-Zeichen Havanas widmet. Stück für Stück bringt er die Neonzeichen an Kinos, Hotels und Kabarets wieder zum Leuchten – so wie es im Nachtleben der 1950ern gewesen ist.

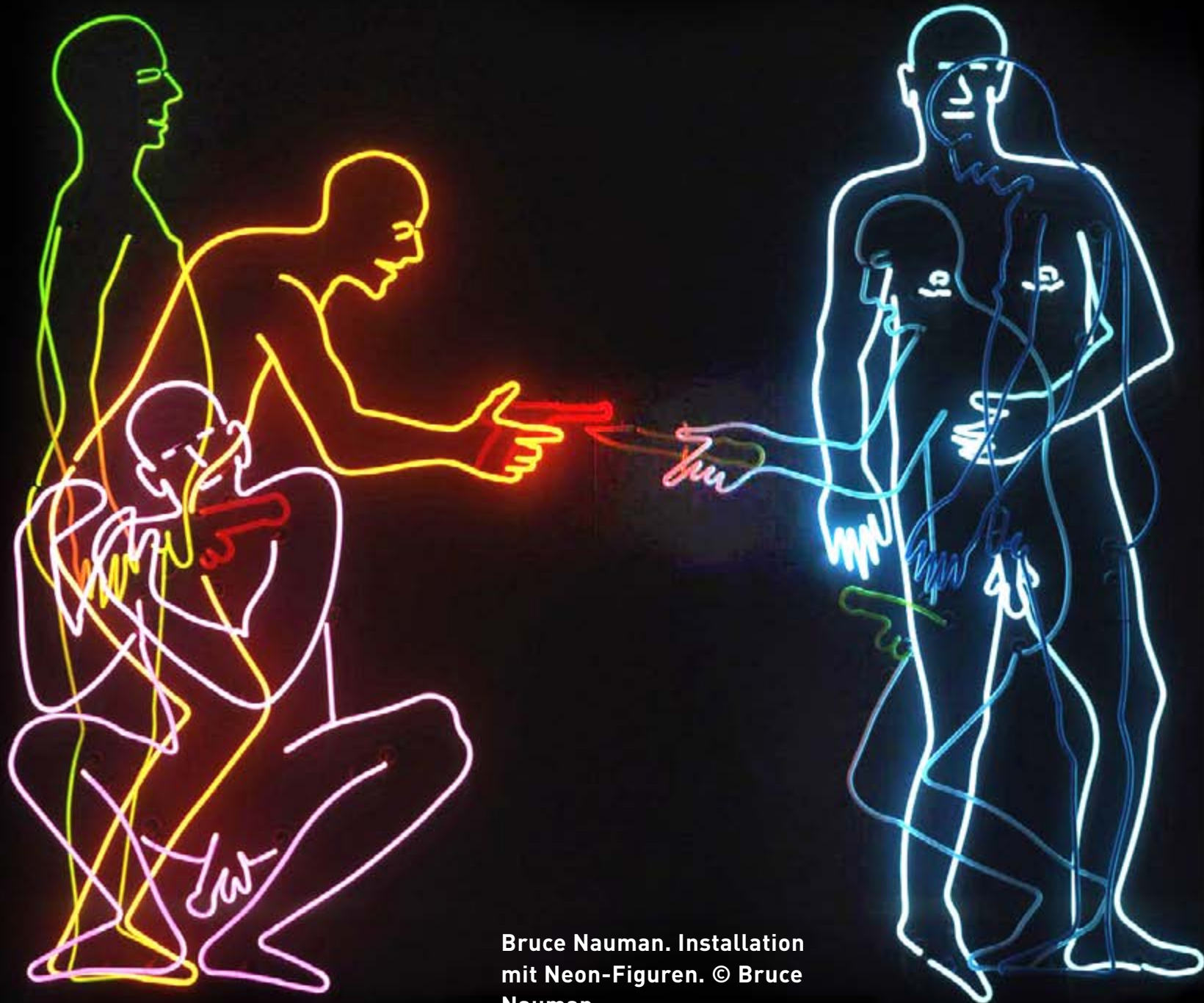
Sein Projekt *Habana Light Neon + Signs* hat bereits 50 Neonletterings wiederbelebt; ein Beitrag für die lateinamerikanische Hauptstadt, die sich wieder wachsender Touristenströme erfreut. Kadir Lopez Nieves arbeitet in seinem Workshop und Gallerie, in Havana; seine Ziele: Andenken und Nostalgie.



Bruce Nauman



Bruce Nauman.
"Sex and Death by Murder and
Suicide".
1985. © Bruce Nauman.



Bruce Nauman. Installation mit Neon-Figuren. © Bruce Nauman



Bruce Nauman. 1995. Seven Figures.
Collection Stedelijk Museum Amsterdam
© Bruce Nauman



Bruce Nauman.
"Mean Clown
Welcome". Installation
mit Neon-Figuren,
1985. © Bruce Nauman.

Seine Neon-Figuren sind wahrscheinlich die bekanntesten Licht-Kunstwerke. Bruce Naumans Arbeiten mit unterschiedlichsten Materialien – von Installationen und Plastiken über Fotografien und Neon-Figuren bis hin zu Videoaufnahmen – beschäftigen sich vorwiegend mit Fragen unserer Sinneswahrnehmung. Dabei wird der Betrachter oft mit irritierenden bis schockierenden Aussagen konfrontiert.

Der US-Amerikaner Bruce Nauman (*1941) ist Konzeptkünstler. Der heute 80jährige studierte ab 1960 an der University of Wisconsin Mathematik, Physik und Kunst. 1964 wechselte er an die University of California und beendete 1966 sein Kunststudium mit dem Master-Titel.

Nauman arbeitete zeitweise als Assistent des Malers Wayne Thiebaud und unterrichtete ab 1966 am Art Institute von San Francisco. Zu dieser Zeit wendete sich Nauman von der Malerei ab und begann mit Film, Bildhauerei und Performance zu arbeiten.

Neben seiner regen künstlerischen Produktion unterrichtete Nauman immer wieder an Kunsthochschulen, so in den 1970ern Jahren an der University of California. 1989 zog Nauman nach Galisteo, New Mexico, wo er heute lebt und arbeitet.

Seit 1997 ist er Mitglied der Akademie der Künste Berlin.

Seine zur documenta IX vorgestellte Videoinstallation *Anthro/Socio – Rinde Spinning* beispielsweise zeigt den Opernsänger Rinde Eckert, der sich auf mehreren Bildschirmen um die eigene Achse dreht und dabei stetig und aggressiv einen verstörenden



Sprechgesang wiederholt: „Feed me / Eat me / Anthropology” bzw. „Help me / Hurt me / Sociology” in übereinanderliegender Tonspur.

Bruce Nauman erhielt schon früh eine starke Resonanz auf seine künstlerische Arbeit. Die erste Einzelausstellung in einer Galerie wurde in Los Angeles 1966 ausgerichtet. Zwei Jahre später hatte er seine erste europäische Galerie-Ausstellung in Düsseldorf, und parallel stellte ihn Leo Castelli in New York aus.

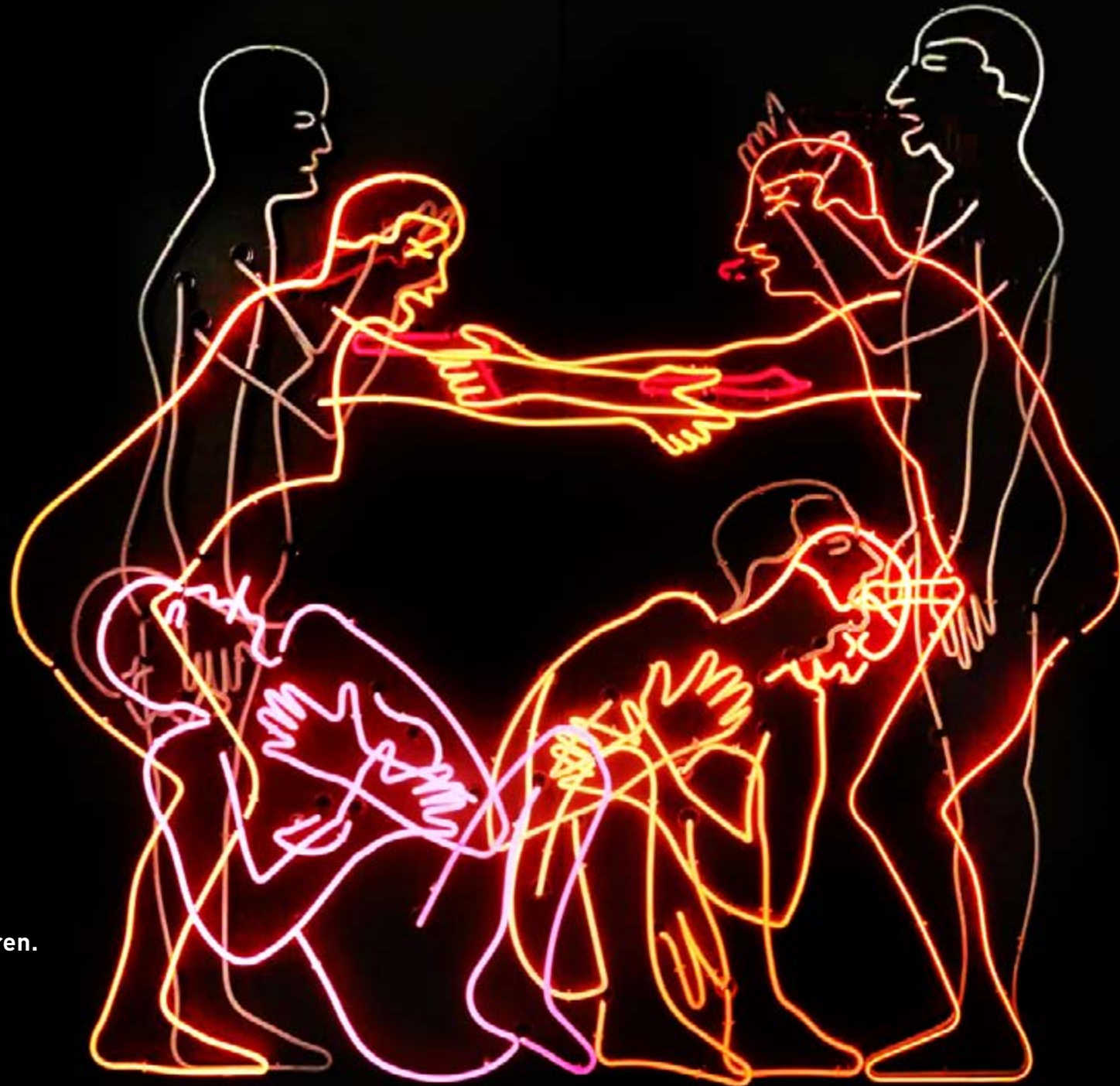
Im selben Jahr begegnete er der bekannten amerikanischen Sängerin und Choreographin Meredith Monk, dem minimalistischen Komponisten Steve Reich und setzte sich mit den Werken von John Cage, Merce Cunningham sowie Karlheinz Stockhausen auseinander. 1969 kooperierte er mit Meredith Monk und inszenierte mit ihr im Rahmen einer Ausstellung im Museum of Modern Art, New York (MOMA), eine Performance.

Nauman selbst nennt als die auf ihn und seine Arbeit einflussreichsten Persönlichkeiten: Samuel Beckett, Ludwig Wittgenstein, John Cage, Philip Glass, La Monte Young und Meredith Monk.

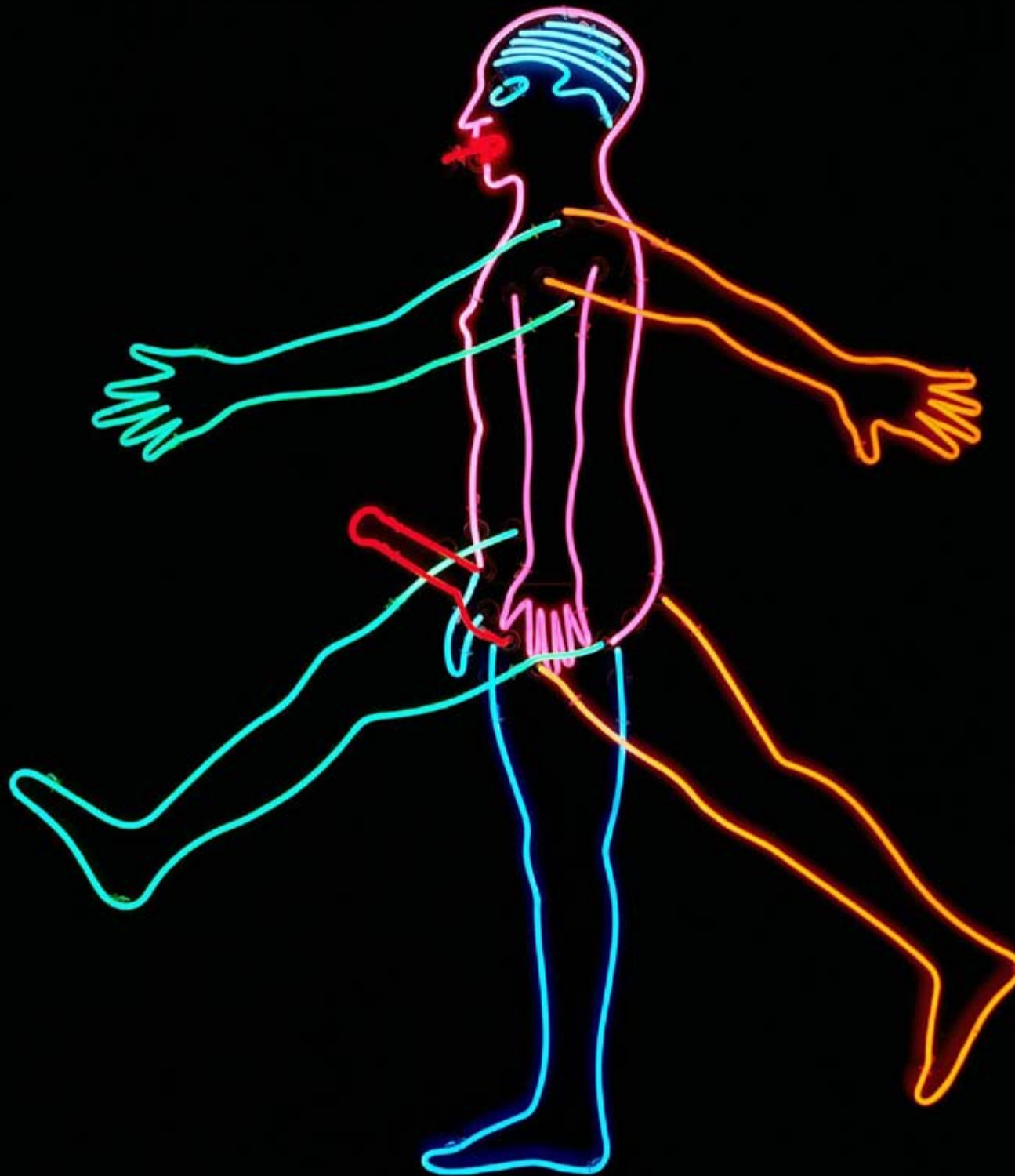


LIVE AND DIE	LIVE AND LIVE	SING AND DIE	SING AND LIVE
DIE AND DIE	DIE AND LIVE	SCREAM AND DIE	SCREAM AND LIVE
SHIT AND DIE	SHIT AND LIVE	YOUNG AND DIE	YOUNG AND LIVE
PISS AND DIE	PISS AND LIVE	OLD AND DIE	OLD AND LIVE
EAT AND DIE	EAT AND LIVE	CUT AND DIE	CUT AND LIVE
SLEEP AND DIE	SLEEP AND LIVE	RUN AND DIE	RUN AND LIVE
LOVE AND DIE	LOVE AND LIVE	STAY AND DIE	STAY AND LIVE
HATE AND DIE	HATE AND LIVE	PLAY AND DIE	PLAY AND LIVE
FUCK AND DIE	FUCK AND LIVE	KILL AND DIE	KILL AND LIVE
SPEAK AND DIE	SPEAK AND LIVE	SUCK AND DIE	SUCK AND LIVE
LIE AND DIE	LIE AND LIVE	COME AND DIE	COME AND LIVE
HEAR AND DIE	HEAR AND LIVE	GO AND DIE	GO AND LIVE
CRY AND DIE	CRY AND LIVE	KNOW AND DIE	KNOW AND LIVE
KISS AND DIE	KISS AND LIVE	TELL AND DIE	TELL AND LIVE
RAGE AND DIE	RAGE AND LIVE	SMELL AND DIE	SMELL AND LIVE
LAUGH AND DIE	LAUGH AND LIVE	FALL AND DIE	FALL AND LIVE
TOUCH AND DIE	TOUCH AND LIVE	RISE AND DIE	RISE AND LIVE
FEEL AND DIE	FEEL AND LIVE	STAND AND DIE	STAND AND LIVE
FEAR AND DIE	FEAR AND LIVE	SIT AND DIE	SIT AND LIVE
SICK AND DIE	SICK AND LIVE	SPIT AND DIE	SPIT AND LIVE
WELL AND DIE	WELL AND LIVE	TRY AND DIE	TRY AND LIVE
	BLACK AND LIVE	FAIL AND DIE	FAIL AND LIVE
WHITE AND DIE	WHITE AND LIVE	SMILE AND DIE	SMILE AND LIVE
RED AND DIE	RED AND LIVE	THINK AND DIE	THINK AND LIVE
YELLOW AND DIE	YELLOW AND LIVE	PAY AND DIE	PAY AND LIVE

Bruce Nauman.
 "Live and die"
 Installation mit Neon-Buchstaben.
 © Bruce Nauman.



Bruce Nauman.
"Sex, Murder, Suicide."
Installation mit Neon-Figuren.
1985. © Bruce Nauman.



Bruce Naumann.
Marching Man (1985),
Hamburger Kunsthalle,
Hamburg.
Foto: Bridgeman Images;
© Bruce Nauman.

Keith Sonnier

The image shows a large-scale light art installation by Keith Sonnier. The scene is dominated by a vibrant red color. In the center, a dense, chaotic arrangement of glowing fiber optic tubes in yellow, orange, and white creates a complex, web-like structure. To the left, a large, dark, cylindrical object, possibly a pipe or part of the installation's infrastructure, is visible. At the bottom center, there is a small, arched opening through which a bright blue and green light emanates, contrasting with the surrounding red. The overall atmosphere is one of intense, saturated color and intricate light patterns.

Keith Sonnier,
Tunnel of
Tears, 2002.
Zentrum für
Internationale
Lichtkunst Unna.
Foto: Werner
Hannappel.

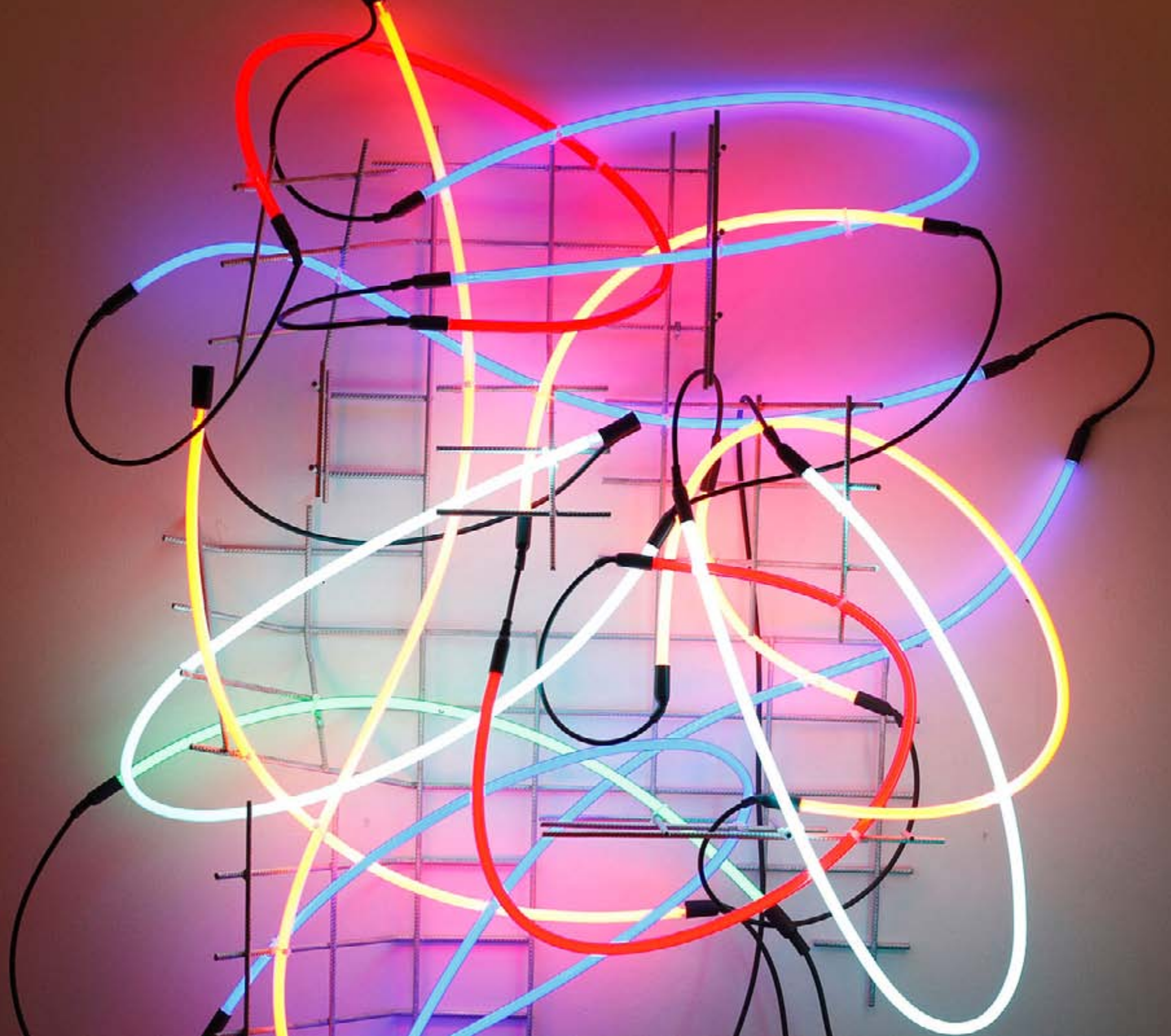
Der US-Amerikaner Keith Sonnier (1941 - 2020) hat in den späten 1960ern die Skulptur neu erfunden. Er benutzte Materialien, die bis dahin für Plastiken nicht verwendet worden waren; zusammen mit seinen Zeitgenossen Bruce Nauman, Richard Tuttle, Eva Hesse, Richard Serra und Barry Le Va, hat Sonnier neue Konzepte für die Skulptur definiert.

Sonnier experimentierte mit Latex, Satin, Bambu, gefundene Objekte und Video. Ab 1968 begann er mit Neon zu arbeiten, und dies wurde bald zu einem seiner Merkmale. Die lineare Qualität von Neon ermöglichte es ihm im Raum mit Licht und Farbe zu malen; die Diffusität des Lichtes erlaubte es ihm mit verschiedenen architektonischen Ebenen zu interagieren.

Sonnier hat über 150 Ausstellungen weltweit ausgerichtet, so z.B. im Musée National d'Art Moderne, Centre Georges Pompidou, Paris (1979), Institute for Art and Urban Resources, Long Island City (1983); Hirshhorn Museum and Sculpture Garden, Washington, D.C. (1989); Sprengel Museum, Hannover (1993); Parrish Art Museum, Southampton, New York (1999); Kunsthaus Bregenz, Austria (1999); Neue Nationalgalerie, Berlin (2003), Hall Art Foundation, Reading, Vermont (2015), Musée d'Art Moderne et d'Art Contemporain, Nice (2015); and Parrish Art Museum, Water Mill, New York (2018).

Mehr zum Künstler: keithsonnier.net







**Keith Sonnier, *Lunar Slice*, 2013, neon, acrylic, aluminum, electrical wire and transformer, 337.8 cm x 283.2 cm x 10.2 cm.
© 2019 Keith Sonnier.**

Lichtkunst- Museum Unna

Die Sammlung des Zentrums für Internationale Lichtkunst Unna bietet dieser Kunstform seit 2001 tief unter der Erde eine Fläche von 2.600 Quadratmetern. Seinen eigenen Charakter erhält das Museum durch die Konzentration auf den installativen Aspekt der Lichtkunst. Jede der Lichtinstallationen wurde eigens für die Räume vor Ort geschaffen und ist individuell auf diesen Ort zugeschnitten.

Inzwischen haben hier 13 international renommierteste Lichtkünstler eine dauerhafte Installation eingerichtet: Mario Merz, Joseph Kosuth, Mischa Kuball, Rebecca Horn, Christina Kubisch, Keith Sonnier, Jan van Munster, François Morellet, Christian Boltanski, Brigitte Kowanz und Olafur Eliasson. Das weltweit erste und einzige Museum, das sich auf die Präsentation von Lichtkunst konzentriert.

Das Zentrum für Internationale Lichtkunst versteht sich auch als Kompetenzzentrum für das Thema „Lichtkunst“ im weitesten Sinne. Das beinhaltet Workshops und Symposien, ausstellungsbegleitende Programme und eine Vernetzung mit unterschiedlichen kulturellen Institutionen, sowie mit Fach- und Kunsthochschulen.

2015 wurde zum ersten Mal der *International Light Art Award* vergeben, eine Initiative des Zentrums für Internationale Lichtkunst Unna und der innogy Stiftung für Energie und Gesellschaft (ehemals RWE Stiftung).



Keith Sonnier, *Cula*, 2016, neon, black Discs, synthetic silicon carbide sanding screens, enamel neon blackout paint, transformer and rubber end caps, 170.2 cm × 134.6 cm × 33 cm.

© 2019 Keith Sonnier.

Das Museum of Neon Art

Das Neon Museum in Las Vegas wurde 1996 von einer Partnerschaft zwischen dem Allied Arts Council von Süd-Nevada und der Stadt Las Vegas gegründet. Heute ist es ein unabhängiges Organismus ohne kommerzielle Zielsetzung. Es findet sich online bei www.neonmuseum.org

Das Neon-Museum ist auch als *Neon Boneyard* („Friedhof der Neons“) bekannt. In diesem Museum unter freiem Himmel in Las Vegas werden die Leuchtreklamen ehemaliger Hotels, Casinos und anderer Unternehmungen gezeigt.

Die *Young Electric Sign Company* (YESCO) hat lange Jahre alte Neonwerbungen in ihrem Friedhof (boneyard) aufgehoben; diese Schilder verroteten langsam unter dem Einfluß von Sonne, Wind und Wetter. Die Einwohner, die Besitzer von Unternehmungen und Regierungsorganisationen von Las Vegas fanden, daß die Neonwerbungen nicht nur einen künstlerischen, sondern auch einen historischen und kulturellen Wert für die Stadt hätten. So wurden jede der restaurierten Werbungen begleitet von



einer Biografie der Person, die sie erschaffen hatte und einer Notiz, wieso sie bemerkenswert sei.

Den Impuls für die Erschaffung des Neon-Museums löste der Verlust einer ikonischen Werbung aus. Nach der Schließung des Hotel-Casino *The Sands* im Jahre 1995 fand man keinen Ort um dessen riesige Werbung zu plazieren – man mußte sie zerstören. Anlässlich der offiziellen Eröffnung des Neon-Museums im Jahre 1996, wurde die Werbung des *Hacienda Resort Hotel and Casino* restauriert und ausgestellt.

Im Jahr 2005 wurde die historische Halle des *La Concha* dem Museum vermacht; diese wurde 6,4 km weiter nördlich wieder aufgebaut. Heute dient sie als Empfangszentrum für die Besucher des Neon-Museums.

Insgesamt wurden 6,5 Mio. Dollar an Spenden für das Museum gesammelt. Im Jahr 2009 hat das Museum die bekannte Neonwerbung *Silver Slipper* restauriert. Zwei weitere alte Neonwerbungen wurden restauriert und im Norden des Boulevard Las Vegas aufgebaut.

Im Jahr 2017 hat das Museum ein Gelände erworben, um für seine erste Erweiterung Platz zu schaffen. Heute hat das Museum drei Orte für Ausstellungen: die restaurierten Neonlichter die im Viertel Fremont Street installiert sind, dann jene entlang des Las Vegas Strip und der Boneyard Park.





Exponate des Neon Museum in Las Vegas. Das Neon Museum besitzt jetzt mehrere restaurierte Neonschilder in der Stadtmitte von Las Vegas und entlang des Las Vegas Strip.

Die Kosten für die Restaurierung eines Neonschildes bewegen sich zwischen 10.000 Dollar (für die kleinen Schilder) bis zu 100.000 Dollar für die großen.



Boneyard Park

Der Neon Boneyard Park wurde 2012 eingerichtet. Am Eingang steht das Wort „NEON“, zusammengesetzt aus Buchstaben von einigen kultigen Neonwerbungen: das „N“ vom *Golden Nugget*, das „E“ von *Caesars Palace*, das „O“ von *Binion's Horseshoe* und das „N“ vom *Desert Inn*. Diese Buchstaben wurden plaziert auf einem Gitter (Bild rechts), der dem der Werbung des *The Sands* ähnelt, und werden umgarnt von Sternen, die denen des *Stardust* ähneln und mit einem großen Stern, der dem ähnelt, der auf dem Schild *Welcome to Fabulous Las Vegas* ähnelt. (Dieses Schild wurde von Betty Willis (s. [Seite 33](#)) erdacht.)

Unter den Werbungen, die im Boneyard Park ausgestellt sind, findet man die legendären Leuchttafeln der Casinos *Stardust*, *Riviera*, *Desert Inn*, *Caesars Palace* und viele andere mehr. Das Neon Museum beherbergt auch Skulpturen aus Glasfaser, wie z. B. ein riesiger Schädel, der aus dem *Treasure Island Hotel and Casino* stammt.

Im Jahre 2018 hat das Neon Museum die Show *Brilliant!* gestartet – ein nächtliches Spektakel, welches von Craig Winslow entwickelt wurde. Es benutzt Projektoren um diverse „verstorbene“ Schilder anzustrahlen, um diese zum Sound von Vintage- und aktuelle Songs zu wiederbeleben...





Old Motels and Historic Neon Art, Las Vegas, Nevada. Foto: Carol M. Highsmith, 2007. LOC.

Im Friedhof der Leuchtreklamen.

Das Zeichen des Binion's Horseshoe Casino.

Neon Boneyard, Las Vegas, Nevada, USA.

Foto: Carol M. Highsmith.



American Sign Museum

Das American Sign Museum liegt in Cincinnati, Ohio, USA. Es zeigt eine Sammlung von hunderten von Neonzeichen.



Einige Exponate des American Sign Museum.
Foto: Carol Highsmith.



Einige Exponate des American Sign Museum.

Foto: Carol M. Highsmith.

Ignite Sign Art Museum

Das Ignite Sign Art Museum steht in Tucson, Arizona. Es widmet sich der Sammlung und Instandhaltung von kommerziellen Neonzeichen.





Die
Besten



Neonbuchstaben für den Laden von Lopo Xavier & C. Lda. in Porto, Portugal. Eine erstklassige typografische Arbeit. Foto: ph.



Neonbuchstaben für die Fassade vom Lissabonner Café-Haus Nicola, am Platz Rossio. Foto: ph.

Neonbuchstaben für das
Kaffee- und Tee-Geschäft
"A Carioca".
Lissabon, Portugal.
Foto: ph.





Neonbuchstaben für das
Kaffee- und Tee-Geschäft
"A Carioca". Lissabon, Portugal.

Leuchtreklame an einem Berliner
Café. Foto: Martin Frey.

café





DAVA



fama

Neonbuchstaben für „fama“, in
Hamburg.



Neonbuchstaben für das Modehaus
"Figurino d'Ouro" in Lissabon,
Portugal. Foto: ph.



Leuchtreklame für das
**Hacienda Horse and
Rider**, Las Vegas, Nevada.
Foto: Carol M. Highsmith,
2008. LOC.

Die Autoren

Rita Múrias und Paulo Barata Corrêa

Wenn in Portugal das Gespräch auf die Notwendigkeit kommt, Neonschilder zu retten, dann fallen bald zwei Namen. Die Kommunikationsdesignerin **Rita Múrias** und ihr Ehemann **Paulo Barata Corrêa** sind wohl die engagiertesten Personen, über die man berichtet, wenn man Aktivisten der Neonreklamerettung vorstellen will... Zwei große Ausstellungen haben sie unternommen, um eine Auswahl der 250 Schilder zu zeigen, die sie bislang retten konnten. Eine Auswahl dieser geretteten Neonreklamen ist in Instagram zu sehen.

Die Ausstellung **Cidade Gráfica. Letreiros e reclames de Lisboa no século XX** wurde 2016 vom Lissabonner Design-Museum MUDE im Kloster Convento da Trindade veranstaltet. Kuratoren dieser Ausstellung waren Rita Múrias und Paulo Barata; diese Ausstellung zeigte Leuchtreklamen, die aus dem Stadtbild verschwanden, weil sie deaktiviert wurden. Zusammen mit dem Projekt **Letreiro Galeria** (eine Initiative, die deaktivierte Leuchtreklamen sammelt und sie zum grafischen und kulturellem Erbe erklärt) hat das MUDE die Stadt Lissabon in der Perspektive der Werbung und der urbanen Kultur betrachtet, und so für den Erhalt des grafischen Erbes der Stadt beigetragen. Bedingt durch die Evolution der grafischen Stile, der Stadterneuerung und der Dynamik der einzelnen Unternehmen führten diese Faktoren zur Schließung



etlicher Geschäfte und Ladenlokale. Viele der Leuchtreklamen werden aufgegeben und, wenn nicht gerettet, landen sie im Müll oder im Alteisen, so daß jede Spur über ihre Geschichte und ihre Kontexte verlorengeht.

Paulo Heitlinger

Reisender, Journalist, Fotograf, Grafik-Designer, Autor, Hochschuldozent, Schriftexperte ... und vielleicht auch Künstler? – das ist schwer zu sagen. Jedenfalls lässt sich der geistvolle Mann auf keines der Tätigkeitsfelder reduzieren.

„Mich interessiert daß, was echt und authentisch ist. Daher meine Neigung, eher über Dinge und Erscheinungen zu berichten, die von bleibendem Wert sind.“

Die Fülle an Themen, die er bebildert hat und über die er schreibt, ist u.a. in den Heften vom Magazin Kulturas zu begutachten. Hinzu kommen eine wachsende Anzahl an E-Books. Diese werden über www.tipografos.net und www.portugal-kultur.de verkauft.

Geboren in Lissabon. Ging dort in die Deutsche Schule. Studierte Kernphysik in Deutschland. Machte mehrere schöne Kulturzeitschriften. Gestaltete Werbung. Gab EDV-Unterricht. Schrieb diverse Bücher. Machte viele Reisen. Unterrichtete Kommunikationsdesign, zunächst an der Universidade do Algarve, dann an der Universidade Lusófona do Porto und dann dozierte er an der HMKW. Schreibt und publiziert auf Deutsch und Portugiesisch. Lebt jetzt in Köln.



Carol Highsmith

Diese US-amerikanische Fotografin hat bedeutende Serien von Bildern hergestellt. Sie fotografierte viel in Las Vegas, aber auch in anderen Regionen der USA.

Schon lange hatte ich den Wunsch, die Fabrikation von Neonbuchstaben zu fotografieren. So bald ich eine passende Gelegenheit erwischen sollte, werde ich den Wunsch umsetzen! Doch zwischendurch entdeckte ich bei einer Internet-Recherche, die Arbeit der US-amerikanischen Fotografin Carol Highsmith (carolhighsmithamerica.com). Einige ihrer Fotos habe ich in diesem Heft integriert. Carol ist eine sehr bekannte Fotografin in ihrer Heimat.

Aber Carol M. Highsmith ist nicht die Einzige, die sich des Themas annahm. Die Architektin Kirsten Hively fotografiert Neonzeichen in einem Viertel in New York. Ihre Fotos, von ihr selbst kommentiert, sind im Project Neon zu finden: project-neon.tumblr.com/