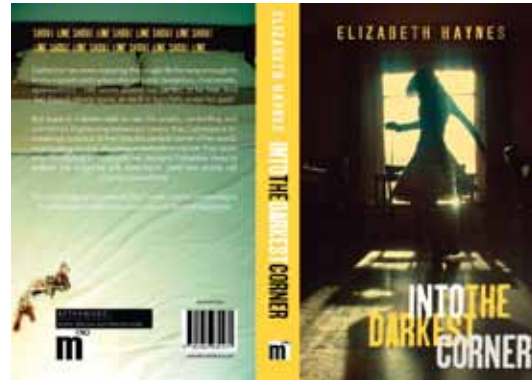
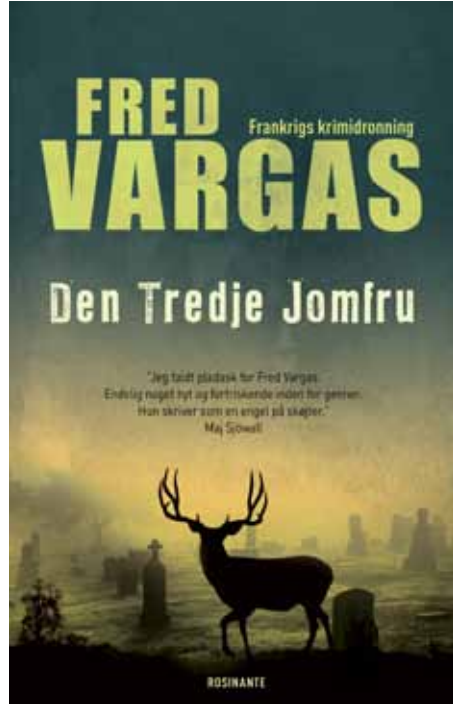


DIE SCHRIFT, DIE HARRY POTTER LIEST

Schriften haben, ähnlich wie Bücher, ihre Schicksale. Manche sind so berühmt geworden wie die Druckwerke, für die sie eingesetzt wurden. Daß eine Schrift aber sogar Filmkarriere machen kann, ist bisher eher selten.



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzß
 1234567890.,; – ()äöüa€" ()

Typografie im Kino, das ist ein eher abgelegenes Thema und beschränkt sich in der Regel auf die Gestaltung der erläuternden Zwischentexte – vornehmlich in Stummfilmen – oder auf außergewöhnliche Titelsequenzen. Am ehesten denkt man da noch an die Monumental-Lettern von Ben Hur oder Trailer von Saul Bass »Der Mann mit dem goldenen Arm«. Die LL Rubber Grotesque von Markus Schröppel ist da auf überraschende Weise zu Starruhm gelangt. Denn sie dient seit dem Film Harry Potter und der Orden des Phönix (Originaltitel: Harry Potter and the order of the Phoenix) als Headline Font in der bekannten Zaubererzeitung »Der Tagesprophet« (The Daily Prophet), wichtiges Requisite in den Harry-Potter-Filmen. So hat sie nicht nur der Titelheld regelmäßig vor Augen, sondern auch das Millionenpublikum, das die fantastischen Abenteuer der englischen Schriftstellerin Joanne K. Rowling auf der Leinwand verfolgt. Und Ehre, wem Ehre gebührt: Typodesigner Markus Schröppel wurde von der Filmgesellschaft Warner Bros tatsächlich zu weiteren Gesprächen und zur Weltpremiere der neuesten Filmadaption »Harry Potter and Deathly Hallows« im November nach London eingeladen. Dort soll es auch zu einem Stelldichein mit anderen prominenten Filmhelden wie Daniel Radcliffe (Harry Potter), Emma Watson alias Hermine sowie dem Ron-Weasley-Darsteller Rupert Grint kommen. Ja, es ist sogar die Rede davon, daß Schröppel im Abspann des Filmes aufgeführt wird. In den Zeiten, da gerade Schriftentwerfer immer wieder für ihr Copyright kämpfen müssen, doch eine sehr erfreuliche Wertschätzung. Doch nicht nur im Kino hat es die LL Rubber Grotesque mittlerweile zu internationalem Starruhm gebracht, wie auf der Internetseite des Entwerfers zu lesen ist. Dabei überrascht nicht nur ihre globale Präsenz – mit Beispielen aus Neuseeland und Brasilien und von Liechtenstein bis Melbourne und Unterföhring, sondern ebenso die Bandbreite der Ein-

setzungsmöglichkeiten. Und das gilt für die Themen – vom Thriller bis zu Lehrfilmen und der Philipp-Lahm-Stiftung – wie für die unterschiedlichen Medien. Hatte ja schon die Zeitung im Film eine gewisse fast angelsächsische Skurrilität, so sind hier nun vom seriösen Buchcover über ein Weinetikett, das Plakat zu einem Filmfestival (!) oder CD-Hüllen bis zum TV-Trailer und dem Erscheinungsbild einer DVD-Kollektion fast alle Register moderner Medienvielfalt gezogen. Unnötig zu erwähnen, daß die so beliebte Schrift sich selbstverständlich auch auf T-Shirts wiederfindet! Dabei sah es zunächst gar nicht gut mit dem Entwurf aus, es war eher eine Fingerübung in der Frühzeit der Digitalisierung. Nach dem Studium an der Augsburger FH hatte Markus Schröppel im Herstellungsbüro von Rudolf Paulus Gorbach einen Gummistempelsatz entdeckt und damit experimentiert. Doch die Technik war noch nicht soweit, die Schrift ließ sich nicht realisieren und wanderte in die Schublade. Erst im Jahr 2002 unternahm der Designer einen neuen Versuch. Jetzt waren die technischen Voraussetzungen gegeben – wie nicht zuletzt der internationale Erfolg beweist. Kein Wunder, daß Markus Schröppel diese Belege gerne zusammenträgt, nicht alle Kollegen sind da so glücklich bei der Dokumentation der Verwendung ihrer »Kinder«. Apropos »Kinder«: Zur Geburt seiner Tochter Charlotte hat der vielseitige Typodesigner natürlich auch eine passende Schrift entworfen, die sich mittlerweile ebenfalls reger Nachfrage erfreut. Ob sie es demnächst auch schafft, Hollywood-Ehren zu erringen, sei dahingestellt, zur Kampagnenschrift des internationalen Kinderhilfswerks World-Vision hat es die kleine Charlotte, kaum anderthalbjährig, immerhin schon gebracht. Doch das ist eine andere Geschichte von Schriften und Schicksalen – zwischen ganz privat und sehr populär. *hl*

THE HARRY POTTER LETTERS

Just like books, typefaces have their day. Some have become as famous as the printed works in which they are used. It's not very often however that a typeface makes it into the movies.



Sequenzen aus / sequences from: Harry Potter



Typography in the world of the cinema is a somewhat obscure sphere and is restricted as a rule to the design of the text of explanatory links – primarily in silent films – or unusual title sequences. The monumental lettering in Ben Hur or trailers for Saul Bass' »The Man with the Golden Arm' spring to mind. Markus Schröppel's »LL Rubber Grotesque« has achieved star status in a quite surprising way. Since »Harry Potter and the Order of the Phoenix' it has served as headline font in the famous wizarding newspaper »The Daily Prophet«, an important feature in the Harry Potter films. It was regularly scanned not only by the hero of the film, but also the millions of viewers who watched the fantastic adventures created by author J. K. Rowling. To give credit where credit is due, type designer Markus Schröppel was actually invited by Warner Bros for further discussions and to the world premiere of the latest film adaptation »Harry Potter and the Deathly Hallows« in November in London. A chance to meet other prominent film heroes such as Daniel Radcliffe (Harry Potter), Emma Watson alias Hermione, and Rupert Grint who plays Ron Weasley. There is even talk that Schröppel's name will appear in the credits. In times when even typographers are increasingly having to fight for their copyright, this is indeed a very pleasing token of appreciation. LL Rubber Grotesque has achieved international stardom outside the world of the cinema too, as we can read on the designer's own webpage. Surprising is not only its global presence – examples are shown from New Zealand and Brazil, from Liechtenstein to Melbourne and Unterföhring, but also its versatility. The subjects are wide-ranging too – from thrillers through to educational films and the Philip Lahm foundation – as well as a variety of media. If the newspaper in the Harry Potter film had an almost Anglo-Saxon quirkiness, practically every register of modern media diversity is represented from a rather staid book cover, a

wine label, the poster for a film festival(!) or CD covers through to TV trailers and the visual identity for a DVD collection. Needless to say, this popular typeface is, of course, also to be seen on tee shirts! Things did not, however, look promising, for the typeface in its initial draft. It was, in fact, something of a finger exercise in the early days of digitalisation. After studying at the university of applied sciences in Augsburg, Markus Schröppel had discovered a rubber stamp set at the typography studio of Rudolf Paulus Gorbach, and begun to experiment with it. But technology was not up to the job. The typeface couldn't be created and was shoved into a drawer. It was not until 2002 that the designer experimented with it again. Technology had advanced by this time – as its international success has shown. No wonder Markus Schröppel enjoys collecting evidence of his work in use. Not all of his colleagues are so fortunate in being able to document the applications for their »children«. Speaking of »children«: when his daughter Charlotte was born, this versatile typographer of course created an appropriate typeface, which is now in brisk demand. Whether it will be honoured by Hollywood remains to be seen, although little Charlotte, at barely a year and a half, is already the campaign typeface for the international children's aid charity World Vision. But that is another story of fonts and their fates – a journey from the very intimate to the very very public. *hl*

